



Instituto Universitário de Lisboa

Departamento de Sociologia

**SOM, AUDIÊNCIA E ARQUIVO:
A RDP ÁFRICA COMO *CASE STUDY***

Ana Cristina Rosário Jordão

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do
grau de Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias de
Informação

Orientador: Doutor Eduardo Costa Dias, Professor Auxiliar,
Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa –
Instituto Universitário de Lisboa

Junho de 2009

Agradecimentos

Quando em 2004 iniciei a minha vida académica não esperava, de todo, atingir o patamar a que me proponho com esta dissertação mas a vontade de subir cada degrau da aprendizagem revelou-se aliciante e mesmo propiciadora de algum orgulho pessoal. Compreendo agora, melhor, as palavras que me foram dirigidas pelo Prof. Robert Rowland numa altura em que tentava subir mais um degrau. Ou nos regozijamos com o já alcançado ou tentamos superar as nossas próprias metas. Esta dissertação é a prova de que superei a minha meta quando entrei pela primeira vez no ISCTE hoje também Instituto Universitário de Lisboa.

O percurso efectuado teria sido porventura mais difícil não fora o apoio de um conjunto de pessoas a quem estou muito grata. Ao Mestre João Costa Dias pela orientação inicial bastante útil; à Prof. Nélia Dias pelas conversas sempre cativantes e ao mesmo tempo incentivadoras dos possíveis caminhos a trilhar; à Olívia Santos, ao Pedro Conceição, à Teresa Nicolau e à Mafalda Serrano obrigado pela amizade e por acreditarem desde o início; ao Guilherme Galiano pela disponibilidade, amizade e carinho com que sempre me brindou.

A realização desta dissertação contou com a orientação e apoio do Prof. Dr. Eduardo Costa Dias a quem agradeço o rigor, as sugestões pertinentes e a confiança assim como a liberdade na sua execução; agradeço ainda ao Dr. Jorge Gonçalves, director da RDP África, pelo apoio concedido não apenas para a investigação com vista ao trabalho que agora se apresenta mas também a nível profissional; a António Simões, Carlos Menezes, César Mendes, Eduardo Leite, Nuno Sardinha e Pedro Veiga pela disponibilidade assim como aos colegas do Centro de Documentação e do Arquivo Histórico da RTP.

A terminar agradeço aos meus pais, Luísa e Joaquim, pela força e ânimo dado em momentos menos bons e pela paciência face aos momentos de isolamento que a realização de um trabalho deste cariz implica. À Cláudia, por tudo!

Resumo

No contexto do som enquanto *corpus* da rádio importa saber qual a relevância e o tratamento que é dado na RDP África, estação de rádio do Grupo RTP, à produção diária de sons tomando-se estes como uma mais valia para a produção radiofónica futura e para a própria história da radiodifusão em Portugal ao mesmo tempo que se avalia até que ponto a produção sonora da mesma estação está relacionada com a sua audiência particularmente situada nos países africanos de língua oficial portuguesa tendo em conta que em África, particularmente na África lusófona, o rádio continua a ser o *medium* comunicacional mais acessível à maior parte da camada populacional.

Portadora de características particulares, características essas presentes na génese da sua criação, a RDP África tornou-se um objecto de estudo interessante do ponto de vista analítico acima de tudo pela multiplicidade de povos a que se dirige mas também pela diversidade de elementos que a compõem. Este pressuposto foi o ponto de partida para se aferir da importância dada aos registos sonoros «fabricados» pela estação, a sua elaboração e a forma como são usados e trabalhados. A relevância, ou não, conferida ao arquivo sonoro dos conteúdos produzidos pela RDP África é também abordada neste trabalho nomeadamente saber da sua utilidade no trabalho diário da estação e/ou para utilizadores externos. E porque as audiências são criativas, atentas e reflexivas, neste trabalho, olha-se também para a influência das audiências na programação e informação da RDP África já que a rádio forma a opinião pública no domínio privado.

Palavras-chave: Audiência; Arquivo; Media; Rádio; Som

Resume

In the context of sound while *corpus* of radio its important to know the relevance and the treatment given by RDP Africa, radio station of RTP Group, to the daily production of sounds considering them a plus to the future radio production and for the history, herself, of radio in Portugal. At the same time we avail the relation between the sound production of that radio station and the listeners specially located in African countries with portuguese official language if we considerer that in Africa, particularly in that specific Africa, the radio continues to be the communication *medium* more accessible to the most part of population.

Possessing special characteristics, presents in their origin, the RDP Africa became an interesting study object, from analytic point of view, above al because the multiplicity of people's listeners but also by the diversity of elements that works in the radio station. This presupposition was the starting point to understand the importance given to the sound records produced by the station, her elaboration and the way how they are used and worked. The relevance, or not, given to the content of sound archive produced by RDP Africa is also approached in this work namely knowing about their utility in the diary labour of the radio station and/or for external utilization. And because audiences are creative's, reflexive's and in permanent state of watchfulness in this work we also look to the influence of audiences in the programmes and information produced by RDP Africa considering that the radio form the public opinion in the private dominion.

Key-Words: Audiences; Archive; Media; Radio; Sound

ÍNDICE

Índice de Figuras.....	I
Índice de Gráficos.....	I
Índice de Quadros.....	II
Introdução.....	III
Capítulo I	
1. A rádio no contexto dos meios de comunicação social.....	1
1.1. A linguagem radiofónica: do particular para o geral – significados e conteúdos.....	3
1.2. Som: a imagem de marca de uma estação radiofónica.....	7
1.3. Voz <i>versus</i> Imagem: a importância do sonoro face ao contexto visual.....	8
1.4. Espaço público e poder.....	10
1.5. A importância das audiências na produção radiofónica.....	12
2. A RDP África enquanto objecto de análise.....	17
Capítulo II	
1. Som o <i>corpus</i> da rádio.....	24
1.1. A essência do som.....	25
1.2. A dimensão sensorial do som.....	26
1.3. Os efeitos sonoros e os seus manipuladores.....	26
1.4. As vozes da rádio.....	28
Capítulo III	
1. O repositório sonoro radiofónico.....	30
1.1. A importância do arquivo sonoro.....	30
1.2. A hierarquização do som: critérios e objectivos.....	33
1.3. A «musealização» sonora: passado, presente e futuro.....	34
Conclusão.....	37
Anexos.....	CD
Glossário.....	47
Bibliografia.....	53

ÍNDICE DE FIGURAS*

Figura 1. – A relativização do conceito de objectividade. Um coelho ou um pato?.....	2
Figura 2. – A fisiologia da audição.....	13
Figura 3. – AEQ: sistema para difusão e elaboração de sons para rádio.....	15
Figura 4. – Pro Tools: sistema informático para recolha e mistura de sons.....	16
Figura 5. – Atlas das línguas em risco de desaparecer em África.....	24
Figura 6. – Mapa geográfico de África.....	25
Figura 7. – Página Oficial da Rádio e Televisão de Portugal.....	31
Figura 8. – Página Oficial da Rádio Renascença.....	32
Figura 8.1 – Página Oficial da TSF- Rádio Notícias.....	32

ÍNDICE DE GRÁFICOS*

Gráfico 1. – Perfil do ouvinte da RDP África na comunidade imigrante africana em Portugal.....	3
Gráfico 2. – Perfil do ouvinte da RDP África e RDP Internacional nos países africanos lusófonos.....	9
Gráfico 3. – Penetração da Internet em África.....	26
Gráfico 4. – Utilizadores de Internet nos países africanos lusófonos.....	30

ÍNDICE DE QUADROS*

Grelha de informação/programação RDP África 2007/2008.....	Ficheiro Excel
Quadro 1. – Estações de rádio que costuma ouvir (comunidade imigrante Portugal).....	4
Quadro 2. – Hábitos de lazer nos PALOP (capitais).....	5
Quadro 2.1 – Escuta de rádio (semana) nos PALOP.....	6
Quadro 2.2 – Escuta de rádio (fim de semana) nos PALOP.....	7
Quadro 2.3 – Estações de língua portuguesa que costuma ouvir nos PALOP.....	8
Quadro 3. – Satisfação com diferentes tipos de programas de rádio nos PALOP.....	10
Quadro 3.1 – Programas de rádio preferidos nos PALOP.....	11
Quadro 4. - Razões porque não ouve a RDP África e/ou a RDP Internacional nos PALOP.	12
Quadro 5. – Pressões acústicas provenientes de várias fontes em determinados momentos.....	14
Quadro 6. – Alinhamento dos programas da manhã da RDP África, da Rádio Renascença e da TSF – Rádio Notícias.....	17
Quadro 7. – «Imagem» da RTP versus RDP nos PALOP.....	22
Quadro 7.1 – «Imagem » da RTP versus RDP África nos PALOP.....	23
Quadro 8. – Utilizadores de Internet e estatísticas populacionais para África.....	27
Quadro 9. – Utilizadores de Internet e computadores pessoais na África lusófona.....	28

* Incluídos no CD cópia da tese em papel.

INTRODUÇÃO

O trabalho que a seguir se apresenta tem como objectivo principal analisar a importância dos arquivos sonoros na emissão diária de uma estação radiofónica que, com sede em Lisboa, emite para os cinco países africanos de expressão portuguesa e para Portugal. Neste contexto vamos também analisar a audiência da mesma estação tendo em conta a sua dispersão geográfico - cultural assim como para a sua produção sonora. Importa desde logo referir que a autora deste trabalho é jornalista na estação em análise o que, se há partida pudesse parecer facilitador da realização deste estudo até pela resposta sempre positiva obtida por parte dos diferentes actores abordados, nem sempre foi fácil. Este foi um estudo que, definitivamente, obrigou à tão necessária ruptura com o conhecimento de senso comum. Aquilo que *à priori* poderia parecer banal no funcionamento diário de uma estação de rádio, nas suas diferentes vertentes, à «sua» profissional jornalista, revelou afinal, quando investigado mais aprofundadamente, sem contudo esquecer o *capital* de que todos e cada um de nós estamos imbuídos, aspectos comportamentais e estruturais que amiúde se reproduzem no dia-a-dia da estação pois «o efeito de campo exerce-se de certo modo, em resultado da confrontação com as tomadas de posição de todos, ou de alguns apenas, dos que também estão empenhados nele» (Bourdieu 2005:31) consubstanciando o produto científico aqui apresentado contextura de conhecimentos e resultados obtidos. O interesse pela análise da RDP África surge graças à dinâmica própria da estação. O som, *corpus* específico de um órgão de comunicação social como a rádio, possui características singulares na sua produção que relevam não apenas da sua essência mas também, e no caso de uma estação de rádio, daqueles que o produzem. No caso da RDP África o som produzido tem também em atenção a especificidade do público a que se dirige tendo em conta que a estação surge num momento já diferente das relações até então existentes entre a Europa e África.

De facto, inaugurada oficialmente em Abril de 1996, a RDP África surge num contexto político pós colonial contrário ao *establishment* que vigorava em Portugal até meados da década de 1970 e que dava destaque ao «exótico domesticado» numa percepção eurocêntrica firmada em relação ao continente africano desde o século XVI. Fenómeno geral nos países europeus o uso político da memória – noção que impregna a história e que faz emergir o conceito de património – que precisa de suportes exteriores (Nora 1984: xxvi) para fazer a diferença e capacitar as relações «necessárias» tanto ao nível universal como ao nível particular (Goody 1987:76) surgindo assim uma memória nacional com um duplo sentido: uma memória da nação na totalidade estruturada pela imprensa e pelas autoridades públicas e uma memória nacional que faz ressoar o orgulho patriótico (Nora 1986: 118). É esta a razão por que os discursos de Estado, patrióticos, se multiplicam em exemplos históricos. E são os arquivos que, numa dimensão simbólica, operam a abertura de uma nação ao mundo ao objectivar a memória

através da sua materialidade, ao demonstrar a sua identidade. Espaço de uma memória portuguesa, temporal, os países africanos de língua oficial portuguesa são, por isso mesmo, alvo de cedências por parte de quem influi na programação/informação da RDP África tendo em conta a sua audiência. Esta é, neste contexto, basicamente constituída por três tipos de público: 1) aquele para quem África continua a constituir um espaço onde o exotismo impera e cujo interesse pelo continente está impregnado de saudosismo; 2) o público que, sendo africano imigrante em Portugal, operacionalizou um corte com as suas raízes tendo absorvido já muito da cultura europeia e por fim aquela audiência que indica ser menos exigente face aos conteúdos que lhe são apresentados. A RDP África ainda que uma rádio generalista é direccionada a públicos específicos. E aqui reside a missão dos arquivos: trabalhar para o público num contexto, neste caso em concreto, onde a língua comum assim como a partilha de conteúdos fornecidos pelos *media* vão ter impacto na maneira com as diferenças e as várias identidades são entendidas. Acessibilidade é, aliás, um conceito que designa uma forma de uso do património dos arquivos, de serviços e saberes, nomeadamente a audição em tempo real de sons, a consulta de fontes de informação sobre património e colecções de sons.

A maioria dos arquivos de rádio reúne uma selecção das emissões de rádio assim como gravações comerciais que representam aspectos da vida histórica, social, política e cultural de um país. São repositórios de sons gravados produzidos, recolhidos e preservados enquanto fontes acústicas por diversas disciplinas entre elas o jornalismo, a linguística, a etno musicologia entre outras pelo que o património radiofónico pode e deve ser olhado enquanto fenómeno social. Um arquivo sonoro define-se como arquivo nacional quando, por lei ou de facto, a instituição tem a responsabilidade de coleccionar e preservar a produção nacional. Porém, para os arquivos radiofónicos sem fins lucrativos, internos a uma estrutura – caso da RDP África uma das cinco estações de radiodifusão que integram a Rádio e Televisão de Portugal – o financiamento é condicionado e a margem de manobra limitada para o exercício da missão. A existência de um arquivo sonoro é fundamental para se conservar e relembrar a história e quando tal não acontece os constrangimentos surgem. Estes colocam-se a diferentes níveis, ao nível dos critérios e objectivos assim como dos suportes utilizados. Os critérios são de carácter formal, estrutural e de conteúdo estando directamente relacionados com a rentabilização do material a arquivar, com o significado dos conteúdos e com a raridade do som que se pretende guardar variando de acordo com a conjuntura e suportes que vão também sofrendo alterações muito graças à ameaça de degradação e ao prognóstico de obsolescência. Do analógico passou-se para o digital sendo que a informática rapidamente tomou «o controlo» da situação ainda que provocando, também, algumas limitações no arquivamento dos sons. Todavia, é sempre possível fazer a recuperação da memória histórica de uma situação quer seja através dos profissionais da estação que têm «o bom hábito de guardar sempre coisas» ou mesmo recorrendo às estações radiofónicas dos países para onde a RDP África emite. Mas não

só. Também os potenciais ouvintes da estação, ou não, podem transformar-se em produtores de memórias ao reconstituírem a história. O som não é já o original, o imediato captado pela rádio – se olharmos para o imediatismo enquanto característica do *medium* – mas a oralidade *conta* a história ainda que na memória oral as inúmeras falhas tenham tendência a ser esquecidas a favor de sucessos ocasionais (Goody 1987:69).

Após a delimitação da RDP África como objecto de análise, na impossibilidade de abordar a complexidade arquivista no seio da Rádio e Televisão de Portugal, esta foi restringida ao período cronológico que decorre de Abril a Agosto de 2008 sendo que o seu *corpus* teve por base o sistema informático de arquivo implantado à altura na estação radiofónica em estudo. A propósito refira-se que, e mais uma vez graças à obsolescência dos suportes, desde Dezembro de 2008 a RDP África tem um novo sistema informático de produção e arquivamento de sons, o Dalet: Digital Media Systems, cuja apreciação não cabe no contexto temporal deste trabalho. Foi igualmente feita uma análise de conteúdo aos alinhamentos dos programas da manhã da RDP África, da Rádio Renascença e da TSF – Rádio Notícias, reproduzidos neste trabalho e cuja audição se verificou no mês de Agosto de 2008, assim como aos respectivos sítios na Internet. Procurou-se assim, comparativamente, lançar um olhar sobre a realidade vivenciada pelos profissionais das estações radiofónicas num período de tempo específico tendo em atenção os diferentes públicos a que se dirigem. Granjeou-se ainda, e no que concerne às novas tecnologias, no âmbito da radiofonia, inferir da capacidade de penetração da Internet em África, conhecer o número de utilizadores da mesma e saber quantos são aqueles que possuem computadores nos países africanos de língua oficial portuguesa (PALOP). Neste campo a Internet, como se poderá verificar, foi uma ferramenta de trabalho valiosa. Objecto de análise foi igualmente o único estudo realizado sobre as audiências da RDP África em Portugal e nos PALOP, com data de 2005, e que nos foi gentilmente cedido pelo director da estação, Dr. Jorge Gonçalves.

Metodologicamente, e por tratar-se de uma investigação realizada no âmbito das Ciências da Comunicação, o trabalho que se apresenta de seguida tem por base um corpo teórico interdisciplinar que cruza a dimensão sociológica com a História, a Antropologia e até a Linguística. Abordagens teóricas essenciais quando se pretende contextualizar padrões comportamentais e culturais, analisar audiências e estruturar evoluções, obviamente, conducentes a realidades actuais. Tendo-se definido o objecto de estudo passou-se à fase de ponderação dos dados qualitativos e quantitativos recolhidos, quer através da realização de entrevistas aos protagonistas e da observação participante quer através do tratamento dos dados com recurso a programas informáticos específicos para o efeito (SPSS), que se revelou essencial para inferirmos da pertinência e da utilidade do arquivo na estação radiofónica em questão assim como das limitações a que os países africanos de língua oficial portuguesa estão sujeitos em matéria de desenvolvimento tecnológico nomeadamente ao nível da Internet. A pluralidade e

o cruzamento de abordagens teórico-metodológicas, presentes neste trabalho, pretendem tão-somente enfatizar o percurso adoptado com o intuito de se obter um panorama mais abrangente no que concerne às perspectivas analíticas que incidem sobre o objecto de estudo.

No primeiro capítulo do presente trabalho o enfoque é dado ao papel que a rádio, enquanto *medium*, desempenha no panorama dos diferentes meios de comunicação social. As estruturas simbólicas que identificam veículos como a rádio, a televisão e, mais recentemente, a Internet não são já as que mereceram atenção aquando do seu surgimento. Hoje em dia ressaltam políticas baseadas na oferta cuja única contrapartida é a exigência de qualidade importando assim analisar de que modo o sonoro tem ainda um papel relevante num contexto visual. Consubstanciada no dispositivo simbólico que a palavra incorpora, revelando assim toda a importância inerente à oralidade, olhamos ainda nesta primeira parte para a linguagem radiofónica e as suas especificidades pois, com base numa lógica textual, a linguagem radiofónica associa música, palavra e silêncio que juntos constroem ambientes e imagens sonoras pelo que se revelou pertinente uma análise ao som enquanto imagem de marca de uma estação de rádio. Por tudo isto pareceu-nos adequado atentar não só para a singularidade das audiências e a sua importância na produção radiofónica como também contextualizar o papel dos *media* no espaço público. Apresentamos, por último, a RDP África no que concerne aos objectivos que nortearam a sua criação, estrutura, produção de conteúdos e audiências.

Se no primeiro capítulo o som foi olhado enquanto imagem apreendida pelo exterior de uma estação de rádio no segundo ele é analisado enquanto *corpus* da rádio. O aspecto tecnicista do surgimento de uma onda sonora, a essência do som enquanto fenómeno de causa e efeito e a sua dimensão sensorial são aspectos investigados atendendo à sua importância na organização radiofónica. A estrutura da investigação conduziu-nos pois para o estudo dos efeitos sonoros e seus manipuladores. E porque o som da rádio tem um suporte, não podemos deixar de analisar a importância das vozes no horizonte sobre o qual nos debruçamos.

No terceiro capítulo analisam-se os arquivos sonoros olhando-se retrospectivamente para o passado, ponderando-se o presente e perspectivando-se o futuro da musealização sonora. São abordados diferentes tópicos como o surgimento dos arquivos sonoros, a sua relevância assim como os critérios e objectivos a ponderar numa possível hierarquização sonora. Os problemas inerentes à constante mudança de suportes devido à sua obsolescência e aferir da sua magnitude para a produção de conteúdos radiofónicos são aspectos centrais analisados nesta terceira parte.

E porque elemento relacional entre indivíduos a comunicação surge associada ao conceito de globalização que nos remete, no contexto deste trabalho, para o campo das novas tecnologias. Será objecto da nossa análise ao concluirmos este trabalho. No âmbito da relação estabelecida entre os conceitos de comunicação e globalização, uma relação que será precisamente explicitada neste trabalho, far-se-á uma abordagem com base na especificidade

lusófona para, por fim, analisarmos a *world wide web* enquanto veículo de difusão da radiofonia.

Foram vários os materiais usados neste trabalho sujeitos a diferentes análises sendo que para um melhor entendimento dos mesmos eles são apresentados, em anexo, em suporte CD (compact disc) incluído no CD cópia da tese em papel sob o título Anexos. No final deste trabalho é apresentado um glossário cuja pertinência nos parece ser relevante face às nomenclaturas específicas que vão sendo utilizadas no seu decurso. Elas reportam a denominações próprias utilizadas em rádio, nas áreas da sonoplastia e do jornalismo, na Internet, sendo também devedoras dos estudos de audiência e do arquivismo.

CAPÍTULO I

Oh! Oh! You radio!

Oh! What I owe to you my radio:

I listen in and you dispel the gloom,

For you bring all the stars into my room;

Oh! Oh! You radio!

You're the most entertaining friend I know,

You give me music, dancing, joys I never knew

Oh! Radio I'm radiating thanks to you.

Tema-Canção da Exposição Radio Olympia, 1936

1. A rádio no contexto dos meios de comunicação social

O Homem é desde a origem um produtor de coisas pelo que a história dos artefactos teve início há três milhões de anos. E se a existência de valores culturais, através dos homens, e neles residindo, formam uma parte «natural» da natureza (Kroeber 1993) o facto é que eles influem em termos de mudança social nomeadamente ao nível da invenção da escrita e dos sistemas de comunicação. Se cultura¹ é então sinónimo de artefacto (objecto) significa que, implicitamente, falamos também de património. Por outro lado, se considerarmos que todo o acto humano implica simbolismo, já que o Homem é um animal simbólico, e argumentando que cada símbolo exprime um significado, a que chamamos cultura, então o conceito de cultura manifesta, em si mesmo, uma abstracção pois cultura é sinónimo de civilização. A coexistência, lado a lado, de uma enorme diversidade cultural está implícita na noção de globalização não obstante as diferentes sociedades terem mantido a sua «espinha dorsal» graças à organização estruturada das relações sociais mantidas entre os seus membros. (Giddens 2004a). E se a alfabetização, olhada enquanto processo de *domesticação do pensamento selvagem*, é o culminar de uma invenção tecnológica «é essa mesma tecnologia, que simultaneamente cria as possibilidades e impõe os limites a grande parte da interacção social que ao longo da história humana se transforma segundo uma mesma direcção geral». (Goody 1988: 168).

Depois da escrita o século XIX viu surgirem invenções tecnológicas como o telégrafo, o telefone e a rádio que, numa era onde a revolução industrial imperava, impunham novos relacionamentos sociais consubstanciados na anulação das distâncias. Em 1885, o New York Times, noticiava num artigo intitulado *The Phonograph in Africa*, que dois antropólogos tinham concebido um novo uso para o fonógrafo no que representa a instrumentalização da cultura dominante através do meio de informação: «Não só os reis nativos teriam um imenso respeito pelos proprietários deste maravilhoso fetiche [sic], como também poderiam ser induzidos ou levados a fazer observações na presença do fonógrafo que poderiam ser reproduzidas posteriormente com um efeito excelente. Por exemplo, nenhum africano se aventuraria a desobedecer à voz do seu rei ordenando-lhes que “tragam a comida para o homem branco”, e o facto de a voz ser transmitida pelo gravador em vez da própria boca do rei, atribuiria – se é que o fizesse – força adicional à ordem (...) os viajantes podiam descrever o fonógrafo como um deus novo e melhor, e pedirem aos reis nativos que lhe obedecessem. Um deus capaz de falar e de manter até uma conversa na presença de uma população de ouvintes, poderia ser algo de novo na África central, onde os deuses locais são construídos a partir de pedaços de madeira e

¹ O conceito de cultura revela-se portador de uma amplitude e complexidade que não cabe no âmbito deste trabalho escarpelizar. Para tal Cfr. Isabel Ferin, *Comunicação e culturas do quotidiano*, 2002; D. Wolton, *A outra globalização*, 2004; Pierre Babin, *Linguagem e cultura dos media*, 1993.

são desesperadamente surdos. Não existiria um africano central que se atrevesse desobedecer ao deus fonógrafo». (Poster 2000:138).

Foi no século XIX que pela primeira vez se transmitiu um som através de suporte técnico ainda que tenha sido no início do século seguinte, pródigo em invenções, que surgiu a telefonia sem fios. Com o deflagrar da I Grande Guerra (1914-18) foi conferida à telefonia sem fios uma maior importância graças às vantagens de comunicação, sem ligações físicas, que operava. O aumento do interesse pela comunicação via rádio cresce, nos anos seguintes, assim como as solicitações para licenças de transmissão. Entre 1902 e 1920 o número de emissores particulares existentes em Portugal construídos, na sua maioria, por entusiastas da telefonia sem fios, cresce substancialmente. São, numa fase inicial reconhecidos, por códigos tendo sido pioneira a P1AA (Rádio Portugal), propriedade dos irmãos António e Francisco Borges, instalada no Porto, seguida pela P1AC (Rádio Lisboa) de Eduardo Dias. Em 1925 surge a primeira estação com emissões regulares em Lisboa, a CT1AA, e no início dos anos 30 surgia o Rádio Clube Português. E é precisamente no início dos anos 30 que surge o primeiro documento legislativo com o intuito de regular a telefonia sem fios o decreto nº 17 889, artigo 5º, de 29 de Janeiro de 1930. (Ribeiro 2005: 97-99; Maia 1995:37).

Mas a comunicação e transmissão de conhecimentos depressa viu surgirem outros veículos como a televisão que alguém disse seria a causa directa do fim da rádio. Porém, actualmente com o digital e a Internet a liderarem o pelotão do avanço tecnológico, a rádio não deixa de marcar e vincar a sua presença no espectro dos meios de comunicação de massas. Por exemplo, nos Estados Unidos 93,7% da população com mais de 12 anos de idade continua a ouvir a rádio tradicional tendo registado, de 1998 a 2005, um decréscimo de apenas 2%. (The Project for Excellence in Journalism, 2007). Em Portugal, segundo dados do Bareme Rádio para o 1º trimestre de 2008, 80,8% dos residentes no Continente com 15 ou mais anos ouviram rádio pelo menos uma vez durante a semana sendo que em 2007 os portugueses ouviram uma média de 3 horas e 12 minutos de rádio por dia. (Marktest, 2007/2008). Rádio e televisão, dois veículos comunicacionais que continuam a ser os principais meios que informam e distraem local, nacional e internacionalmente. Numa economia da comunicação que privilegia a individualização e a procura, a rádio e a televisão, meios de comunicação generalistas, são o exemplo vivo da importância de uma política baseada na oferta tendo esta, como contrapartida, a exigência de qualidade. Espelho da sociedade, seja pública ou privada, interessa a estes meios de comunicação estabelecer vínculos permanentes com a questão da identidade nacional chave garantida para o sucesso. Numa óptica empresarial importa criar raízes, olhar para os talentos locais e produzir conteúdos também locais, isto é, criar expectativas, vencer desafios e gerar oportunidades não obstante o caminho a percorrer ser longo pois há que atingir níveis de audiência que «produzam» dividendos que servirão para pagar programas competitivos atingindo-se aquilo a que Gillian Doyle (2002: 76) chama de *paradoxo do aumento da*

competição, ou seja, à medida que a audiência diminui os anunciantes são levados a comprar mais tempo de antena, o que inflaciona os preços, para alcançar o número pretendido de ouvintes/espectadores. Assim a estrutura da troca simbólica foi alterada emergindo um novo código de consumismo (Poster 2000; Alves 2005). E se a rádio se aliou à televisão ela fundiu-se na Internet que, diferenciada em termos territoriais com uma distribuição desigual no que há infra-estrutura tecnológica, riqueza e educação no mundo diz respeito, é a principal ferramenta para difusão da informação enquanto produto desta era da comunicação e informação pelo que assistimos a uma reformulação da *geografia económica* (Castells 2007) face ao surgimento de novos produtores, ou seja, de produtores e consumidores da rede global que é a Internet. Este será um dos tópicos a explorar mais adiante neste trabalho mas podemos já perceber que para além do que os une rádio, televisão e Internet «lutam» por espaço, tempo e visibilidade.

1.1. A linguagem radiofónica: do particular para o geral, significados e conteúdos

Ao comunicar transmiti-mos através dos sentidos enquanto canais de entrada da informação e sentidos activos da interpretação do mundo (Finnegan 2002) e a rádio é, sem dúvida, um dos *media* de grande comunicabilidade e transmissão de conhecimentos que revolucionou a socialização espacio-temporal² entre os diferentes actores sociais ao abolir distâncias e influenciar o *modus vivendi* de quem a ouve. A rádio é simultaneamente um lugar antropológico no sentido em que tem uma identidade, é relacional e histórica – informa sobre identidades, valores e representações – e representa um rito de passagem (van Gennep 1978) tecnológico. Rádio é, pois, não apenas um veículo de cultura mas cultura em si mesmo. É a continuidade entre sujeito e objecto promovendo a construção do conhecimento. O conceito de cultura mostra-se então aos nossos olhos elástico, pois tanto revela um modelo tradicional como um modelo contemporâneo, informativo e detentor de conhecimento, de saber³. Nesta troca de conhecimento gera-se, portanto, uma relação de confiança essencial, entre receptor e emissor da mensagem, onde a rádio, enquanto veículo dessa confiança, se apresenta como um sistema abstracto em que confiamos e que permite confiarmos uns nos outros (Silverstone 1999; Ronsini s/d).

A rádio fala pelo que para receber a mensagem é apenas necessário ouvir sem que para isso o ouvinte tenha que ser alfabetizado não obstante essa audição ter de ser instantânea pois há que captar a mensagem no momento da sua emissão ou aquela não chegará ao receptor. Não é possível deixar para mais tarde. Neste contexto só a imprensa escrita poderá ajudar. E porque na

² No contexto contemporâneo onde as tecnologias de informação e comunicação imperam, sendo a Internet o expoente máximo, vimos emergir uma nova estrutura social onde espaço e tempo sofreram uma redefinição. Sobre esta problemática Cfr. Manuel Castells, *An introduction to the information age*, 1999

³ O economista norte-americano Richard Florida demonstra, através da Teoria dos Três T (tolerância, tecnologia e talento) que a produção de saber advém das competências criativas originando o crescimento económico naquelas que denomina como *ciudades creativas*. A. Giddens acrescentaria a *reflexividade* enquanto variável essencial para o desenvolvimento das sociedades num contexto de modernidade.

maior parte das vezes esquecemos as palavras retendo apenas os significados a rádio «mostra» ao ouvinte o que se passa a nível local, nacional e por vezes internacional no imediato, com uma rapidez que ultrapassa a de qualquer outro meio de comunicação muito graças a uma maior simplicidade técnica quando comparada com a televisão. Os eventos são transmitidos no momento em que se dão o que é bem significativo do imediatismo e da mobilidade deste meio de comunicação. Por outro lado, essa mobilidade é também visível no facto do ouvinte não precisar de ficar em casa para ouvir rádio. Seja no carro, no trabalho, nas lojas, a rádio está em todo o lado pelo que importa também olharmos para o seu baixo custo quando comparado com outros aparelhos tecnológicos da actualidade. Esta adaptabilidade cria ambientes, altera disposições, ao mesmo tempo que tenta complementar as actividades diárias dos ouvintes captando simultaneamente um maior número de ouvintes. A democraticidade da rádio está patente de forma diária ao transformar ouvintes em participantes ao mesmo tempo que informa, diverte e apela à sua imaginação criando-se assim uma identidade (Silverstone 1999) e mesmo uma solidariedade passiva entre indivíduos indiferentes uns aos outros até então (Sorlin 1994). O estudo dos *media* está muitas vezes relacionado com o estudo da linguagem, com a forma como as narrativas são estruturadas quer no significado quer no significante, ambos elementos constituintes do signo⁴. Numa abordagem estruturalista, a semiologia contribuiu para inúmeros estudos sobre os *media* (Barthes, 2001, Eco, 2004) não obstante a investigação semiológica necessitar *à priori* de uma definição do *corpus*⁵, tal como toda a investigação científica. E porque o mundo dos significados é o mundo da linguagem, esta pode explicar a estrutura do que o Homem faz e pensa estendendo-se assim o modelo linguístico a outros domínios nomeadamente o da Antropologia onde a análise incide sobre os mitos enquanto forma de linguagem (Lévi-Strauss 2003).

Bastião gnoseológico da objectividade⁶ a linguagem jornalística sempre se pautou, ou tentou pautar, pela isenção e imparcialidade tentando escapar à «armadilha» da ficção. O chamado «estilo jornalístico» não é mais do que um conjunto de características cujo objectivo final pretende informar quem ouve. A simplicidade, a concisão e a vivacidade fazem parte, como afirma Nuno Crato, da expressão do jornalismo na sua «fase industrial» (1982:122)⁷. Mas não será este paradigma da objectividade uma ilusão? Afinal nenhuma informação prescinde de uma valorização pessoal e de uma interpretação discutível. O Homem, reconhecido como um *animal simbólico*, não colocou, originalmente, a questão da subjectividade. A interpretação dos

⁴ A definição destes conceitos não é aqui explicitada por não ser este o cariz do trabalho apresentado apenas servindo para contextualizar o tema. Assim, definições dos conceitos de significado, significante e signo podem ser encontradas, por exemplo, nas obras de Roland Barthes, *Elementos de Semiologia* (2001) e de Umberto Eco, *O Signo* (2004).

⁵ Uma colecção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, segundo um certo arbítrio (inevitável) e sobre a qual ele vai trabalhar. Cfr. R. Barthes, *Elementos de Semiologia*, 2001: 81.

⁶ A noção de objectividade nasceu com a emancipação da ciência no início do século XIX na esteira do positivismo.

⁷ O livro de estilo é precisamente a materialização do estilo jornalístico nessas normas pretendendo fixar um padrão e uniformizar a qualidade dos textos. Algo que não existe na RDP África.

signos era primordial para entender e controlar o mundo à sua volta usando para tal forças mágicas sendo que determinados sistemas mágicos complexos assentam mesmo num tratamento atento da fala como uma força real. (Figura 1). A linguagem radiofónica faz uso de conceitos metafóricos – a expressão «teatro de guerra», entre outras, é disso exemplo – cuja estruturação parte da experiência individual de cada um aplicando-se simultaneamente uma locução popular e de fácil assimilação. No entrecho do até aqui afirmado importa olhar para as *teorias da recepção* que surgem, numa tomada de consciência crítica, contra o clericalismo da semântica formal anglo-saxónica, contra a rigidez das metodologias estruturalistas e contra o empirismo de alguns contributos sociológicos. (Eco 1992: 24; McQuail 1997:13). A estética da recepção evidencia a correspondência entre o efeito social da obra radiofónica e o horizonte expectável dos destinatários historicamente situados não obstante a nossa civilização ser, apesar da invasão das imagens, «uma civilização da palavra». (Barthes 1982: 35). Código primário da rádio, a linguística porquanto são necessárias palavras para que a contextualização dos outros códigos aconteça. As actividades destas deram lugar a domínios do saber como o inconsciente, a opinião e o erudito que conduziram aos sujeitos enunciadores do saber, do julgamento e da identidade constituindo aquilo a que Charandeau e Ghiglione (1997) chamam de *imaginário social da palavra*. Existe então, como já vimos, uma relação directa entre linguagem radiofónica e audiência.

Devido ao imediatismo característico do *medium*, a leitura só se faz uma vez, o público - ouvinte vê-se por isso obrigado a uma compreensão instantânea do que é dito pelo que falar na rádio obriga a uma linguagem mais explícita, mais fluente, precisa e ordeira, menos difusa e tautológica que um discurso corrente. Este tipo de linguagem, tem portanto, de ser simples para captar, e manter, o interesse da audiência. Os linguistas usam a expressão *design de audiência* (Devlin 2000) ao referirem-se à forma como os oradores constroem as suas elocuições apropriadas para a audiência pretendida. Um design, que é construído através de quatro categorias de linguagem: a linguagem oral, a linguagem musical, a linguagem do ruído e o silêncio e que é consubstanciado pelas palavras de Umberto Eco quando este afirma que «uma abordagem pragmática da interacção verbal tem de ter em conta as relações entre as emissões linguísticas e os gestos, expressões faciais, posturas corporais, sons tonémicos e pausas, interjeições e assim por diante». (1992: 295) pelo que se infere que os ouvintes constroem imagens a partir de simples prestações radiofónicas que potenciam o imaginário do público. O realizador da RDP África Guilherme Galiano contou-nos a propósito o seguinte episódio: «na Rádio Comercial, em 1986/87, eu era o único negro a fazer rádio em Portugal. Um belo dia estava a fazer o programa quando a telefonista chama pelo intercomunicador: “Atenção Guilherme Galiano é favor chegar à recepção!” Quando lá chego está um casal, branco, com uma caixa grande à frente à minha espera e ouço o homem dizer: “Não te disse que ele não vinha! Mandou-nos este preto.” Fiquei um pouco incomodado e a telefonista que estava perto e

tendo ouvido aquelas palavras disse: “Mas o que é que está a dizer!? Este senhor é o Guilherme Galiano.”. O homem responde-lhe com um “não se meta nisto” e dirigindo-se a mim diz-me: “Olhe, ó amigo, eu acho muito estranho que você se esteja a fazer passar por aquilo que não é. Mas nós não viemos falar consigo. Nós queremos falar com o Guilherme Galiano, o senhor que faz o Diário Rural.”. Eu apenas respondi: “O Guilherme Galiano sou eu.”. O homem irritado disse-me para parar de me fazer passar por quem não era e mandou-me ir chamar o Guilherme Galiano porque tinham um presente para ele e tinham vindo de Trás-os-Montes propositadamente para o entregar. (...) Acabaram por ir embora porque o Guilherme Galiano não aparecia. E eu à frente deles. Não quiseram acreditar o que é que eu podia fazer!?”.

Altamente ritualizada, a prática discursiva dos *media* influi nas expectativas do ouvinte que, dia após dia, vê as instâncias mediáticas, em situações de concorrência entre elas, transformarem, reconstruírem o espaço social com o intuito de fundarem uma imagem identitária de acordo com o público-alvo que desejam atingir. Este, ao mesmo tempo, entidade anónima e pessoa colectiva, observa o *espaço público* ser invadido pela quotidianidade. Porém, as *teorias da recepção* informam-nos que as mensagens, colecção de signos com o objectivo de ligar grupos (Sorlin, 1994: 25), não reproduzem elementos do mundo. Elas produzem-nos sendo necessário que os ouvintes os captem conscientes do contexto em que foram desenvolvidos já que importa clarificar temas explorados sem conhecimento dos factos. A capacidade de interpretação deve ser exercitada pelo público. Elemento essencial numa rádio a figura do locutor surgiu em Portugal nos anos 30⁸ com uma voz bem timbrada e sonora, pronúncia correcta, facilidade de improviso e naturalidade de expressão revelada através do microfone. Ao incorporar as normas de actuação e interacção o locutor/animador/realizador incorpora uma informalidade que o coloca no mesmo patamar de tantos outros indivíduos nas suas vidas diárias ainda que existindo diferenças ao nível do discurso e mesmo da informalidade usada. (Espin 2004). Neste contexto, e numa perspectiva analítica, vamos mais à frente neste trabalho olhar para o período designado por manhã informativa da RDP África tendo como elementos de comparação o mesmo período radiofónico na Rádio Renascença (90.2 FM; 105.0 FM) e na TSF- Rádio Notícias (89.5 FM; 107.4 FM)⁹.

Com base numa lógica textual a linguagem radiofónica associa música, palavra e silêncio que unidos originam ambientes e imagens sonoras. Elemento vital procurado, entre outros, por responsáveis de regimes totalitários – donde se apreende facilmente a função simbólica dos *media* – o discurso falado na rádio, qualquer que ele seja, mexe com as emoções e dependendo dos valores e experiências vividas por diferentes grupos assim a mensagem difundida pelos *media* é recebida. Diferentes interpretações apelam a diferentes totalidades.

⁸ Os primeiros *speakers*, assim se designavam à altura os locutores, surgiram enquanto radioamadores. O primeiro foi Herculano Levy, nascido em 1889, filho de um negociante judeu inglês e de uma mulher de São Tomé e Príncipe, então colónia portuguesa. Cfr. Santos, *As vozes da rádio*, 2005:305.

⁹ Ver anexo 12.

Ainda que limitada por factores físicos – a capacidade, ou não, de alcançar o som – a audiência do discurso oral vê-se confrontada com o poder da palavra o que significa dizer que conquistando a palavra controla-se o *discurso circulante* que alimenta o espaço público. (Charaudeau 1997 citado em Rebelo 2003: 85). Ainda que tratado como som o acto de falar tem na sua estrutura tons compostos por notas tónicas, que determinam a altura do som, e ressonâncias superiores que indicam o timbre característico (Maia 1995) compreendendo-se então a fala como a articulação e emissão de fonemas que perante a sua abundância tornam o individuo mais profundo e perceptivo pois se ouvirmos na rádio a palavra rosa logo evocamos o aroma correspondente.

O silêncio diferencia o volume sonoro das coisas proporcionando uma medida de distância e dimensão do espaço. Basicamente um efeito acústico o silêncio, total, pode ser um estímulo para o ouvinte potenciando a sua imaginação, pode gerar ironia confirmando o que as palavras queriam dizer, mas não disseram, e até produzir humor. A ausência de som pode expressar censura (Barthes 1982:96), negando assim a sua característica democratizadora, e vazio indicando que, de forma negativa, o *medium* nada tem a dizer existindo por isso o que em rádio se denomina uma «branca», todavia, sendo esta de dois, três segundos «as pessoas vão perceber que o espaço é para o silêncio e não para a música nem para a palavra. Se não existe nada para pôr “no ar” que se faça silêncio. Eu não tenho medo do silêncio» (Guilherme Galiano *dixi*). Na gíria radiofónica este espaço de silêncio indica que se está a «limpar a antena». Ainda neste âmbito Tito Cardoso e Cunha afirma que o silêncio é claramente anti-democrático pois para além de sugerir cumplicidade ele transmite também falta de coragem não significando porém uma ausência de sentido. (s/d: 1,5). O uso do silêncio pode ser explorado de maneira criativa e dramática. Ele pode dimensionar o espaço, nivelar sensorialmente os elementos que compõem uma imagem, focar a atenção sensorial, explorar a sensação de real e irreal e, por fim, ampliar o efeito dramático de uma imagem. A ausência de som pode ser ouvida. Tem significado. O silêncio pode significar mais do que um longo discurso pois o que não se disse pertence também ao domínio da comunicação uma vez que a interação comunicacional, onde a entropia é trocada entre indivíduos, depende dos dois momentos e não apenas dos não-ditos, dos implícitos e dos interditos.¹⁰ O silêncio, ou uma pausa, pode ser usado enquanto mecanismo de suporte com um impacto comunicacional bidimensional se atendermos agora às inúmeras solicitações com que, nesta era do digital, o individuo se vê confrontado. Se escutar exige uma cultura centrada na audição esta torna-se cada vez mais difícil em sociedades onde a cultura visual é uma constante pelo que é necessário aprendermos a escutar. O que implica estar em silêncio.

¹⁰ Para um melhor entendimento destas diferentes estratégias enunciativas que intervêm na produção de informação, consequência da comunicação Cfr. Adriano Duarte Rodrigues, *Estratégias de Comunicação*, 2001; Cfr. José Rebelo, *O Discurso do Jornal*, 2002; Cfr. Philippe Breton, *A Argumentação na Comunicação*, 1998.

1.2. Som: a imagem de marca de uma estação radiofónica

O *corpus* da rádio é formado por diferentes tipos de sons que pretendem marcar o início e o fim de espaços informativos e/ou espaços de entretenimento para além daqueles sons que pretendem ilustrar os diferentes blocos informativos de uma estação. Passada a época da bobina a manipulação informática dos sons é hoje uma realidade existindo diferentes programas de *software* quer se pretenda “trabalhar” um som para noticiário (registo magnético) quer se intencione elaborar um *spot* ou um *jingle* para a emissão. Praticamente todos os sons reproduzem a realidade de acordo com certas convenções acrescentando o som, num contexto jornalístico, credibilidade e objectividade à notícia. Recolhido através de uma entrevista, realizada em estúdio ou no exterior, ou de uma reportagem a recepção de qualquer som obedece aos requisitos que postulam as normas da prática jornalística¹¹ não devendo, ao ser transmitido num noticiário, exceder o minuto, minuto e 30 segundos de duração, sendo condição primordial para que tal suceda a sua qualidade. Se com a bobina o «corta e cola» era uma realidade quando o jornalista pretendia editar um som em «bruto» o facto é que trabalhar informaticamente os sons de um noticiário tem vantagens ao nível do tempo dispendido e da disponibilidade imediata do registo sonoro sobre o qual se pretende trabalhar. Ainda assim existem factores que condicionam a edição de um som como acontece na RDP África que utiliza actualmente o sistema AEQ (Automation System for Radio Broadcasting) sendo que a estação vê-se a braços com o facto deste sistema interligar as antenas radiofónicas da RTP o que significa que ao ultrapassar o espaço de disco permitido (500 gb) a RDP África afecta todas as antenas¹². Existem portanto duas variáveis a que importa ter atenção: espaço e número de sons. Para que o «gestor» funcione não deve ter mais de sete mil sons e no mínimo 10% de espaço livre de disco. Algo que vai condicionar o arquivo de sons. Um assunto a que voltaremos adiante neste trabalho.

Na emissão diária de um programa os sons, *spots* e *jingles*, são importantes para a promoção do mesmo e da própria estação. Tratam-se de desenhos sonoros que, previamente gravados e de durabilidade curta, pretendem marcar a separação entre assuntos ao mesmo tempo que «desanuviam o ambiente, embelezam o programa e dão outras cores aos ouvidos» (Guilherme Galiano *dixi*). A sonoplastia pretende acentuar atmosferas e emoções, definir a área envolvente da acção, criar imagens mentais em conjunto com o tom e flexão da voz do locutor e salientar a profundidade e significado de um tema. A preocupação centra-se no texto sonoro pois enquanto um *spot* pretende ser mais informativo, podendo por isso alcançar os vinte, trinta segundos, um *jingle* pretende assinalar a imagem da estação:

¹¹ A actividade jornalística e as regras por que se regem os seus profissionais são alvo de vasta literatura pelo que a enunciada é meramente indicativa. Cfr. Nelson Traquina, *Jornalismo*, 2002; Cfr. Nelson Traquina, *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*, 1999; Cfr. Victor Silva Lopes, *Iniciação ao jornalismo audiovisual*, 1985.

¹² Ver anexo 10.

«*Muitas paisagens, muitas histórias*

Muitos povos, uma só estação,

RDP África»

Tempo: 13'

É a qualidade evocativa do som que faz com que o efeito se torne visual. O seu poder pode fazer a diferença entre uma emissão ordinária e uma emissão profissional espectacular. Carlos Raleiras, jornalista da TSF, afirma a propósito «sinto um arrepio, ainda hoje, sempre que me lembro e oiço o spot que foi para o “ar” promovendo, em Novembro de 2003, mais uma “operação especial” na zona do Golfo. (...) A concepção sonora e o texto daqueles poucos segundos de rádio não eram muito diferentes do igualmente arrepiante (fantástico) jingle promocional que a rádio emitira, meses antes, durante a guerra que derrubou Saddam Hussein. (...) Tivera eu voz e a magia do som na ponta dos dedos para reproduzir o tal spot: “A TSF regressa ao Iraque para acompanhar de perto a operação Antiga Babilónia. O repórter Carlos Raleiras acompanha o sub agrupamento Alfa na missão que leva a GNR ao Iraque”. (...) sem o poder da trilha sonora, sem os efeitos dos melhores arquitectos do som (...) e sem o timbre de voz (...), a frase não passa de mais uma entre tantas». (Raleiras 2008:131,132).

1.3. Voz *versus* Imagem: a importância do sonoro face ao contexto visual

O som pode reconfigurar os sentidos através de um prolongamento da imagem no espaço. Ao ouvirmos o barulho de vidros ou o som de chapa a bater contra chapa automaticamente a imaginação conduz-nos a um acidente de viação ou a um copo que cai. Mas o som altera a percepção da imagem orientada culturalmente pelo indivíduo. Suponhamos que uma imagem nos transporta para Chicago, nos anos 20, onde os confrontos entre *gangsters* eram quase diários. Se surge um som de um tiro o nosso olhar é automaticamente direccionado para aquele que tem a arma na mão. Mas se na mesma imagem se ouvir um som de uma mulher a gritar caída sobre o ferido esta será a imagem que mais força terá e que melhor capta a atenção do espectador. Estamos perante a visualização do som quando, também é um facto, ao visualizarmos uma acção no ecrã esperamos um som complementar que nos ajuda a imergir da acção. Nesta interacção dialéctica entre som e imagem podemos ainda assistir à substituição do visual pelo sonoro naquilo que na linguagem cinematográfica se convencionou chamar de *elipse do som* (Martin 2005: 99), isto é, se numa imagem que mostra uma estação de comboios o barulho é ensurdecedor podemos, se a personagem tapar os ouvidos, escutar o silêncio. O som integra, portanto, a composição simbólica da imagem que implica a produção de sons, de ritmos, de tonalidades e de vibrações que determinam representações visuais da realidade e que pretendem, acima de tudo, estimular e alimentar o potencial imaginário do público sendo, neste contexto, a televisão um elemento estruturante de um modo de vida e da representação que as

peças constroem da sua vida. Por esta razão se explica que muitas vezes os relatos de futebol sejam vistos através da televisão, sem som, ouvindo-se simultaneamente o relato pela rádio. É entendendo esse impacto que a televisão busca o sensorial, a linguagem «das imagens» enquanto características radiofónicas ao pretender ilustrar o que visualizamos.¹³ Nestas ocasiões ocorrem experiências que se consubstanciam na mobilidade visual, no contraste de ângulos, na variação do *focus* (Williams 2005: 75) pois agora já não escutamos apenas o relato ele é-nos também apresentado visualmente pelo que a imagem visual nos permite agora derivar para outros campos contudo «é graças à interferência do mundo sonoro no mundo visual que a arte radiofónica se afirma, como que tornando-se plástica e dando ao sentido auditivo o que a vista já percebeu». (Fernando Curado Ribeiro 1964 citado em Santos 2005:257). Neste caso assistimos à continuação de um ritual performativo onde as multidões em estádio evidenciam fenómenos de identidade colectiva e cuja simbolização origina criações rituais como *slogans*, cantos e acessórios de vestuário. Quando, durante a Guerra do Golfo¹⁴, especialistas dos *media* debatiam a influência das imagens sobre os acontecimentos o ensaísta francês Serge Daney (1944 – 1992) reflectia a propósito que «a rádio, é sem contestação possível, o mais perigoso dos media. Detém um poder único, incomparável e terrível nas ocasiões em que o Estado ou os seus aparelhos institucionais se desmoronam. A rádio desembaraça-se de tudo o que pode atenuar ou desviar a força das palavras. Pode, numa situação caótica, revelar-se como o instrumento mais eficaz, tanto da democracia, como da revolução (...) porque penetra sem contenção alguma na intimidade profunda dos indivíduos, em qualquer local e a qualquer momento, sem o trabalho do tempo, sem o recuo crítico e necessário da leitura do texto ou da imagem». (Daney citado em Hatzfeld 2004:87). Ainda que manifestação arcaica, artesanal do ser humano devido à sua grande precariedade a voz onda sonora constitutiva da rádio está viva. A imagem não venceu a palavra apenas a segmentou por conteúdos, locais de escuta e horas. No que concerne à credibilidade, promoção da língua portuguesa e aproximação aos países africanos lusófonos a rádio supera a televisão.¹⁵

1.4. Espaço público e poder

Uma sociedade democrática, do ponto de vista político, congrega dois domínios: de um lado, a esfera civil onde todos têm direitos e deveres consagrados na lei naquilo a que ficou estabelecido chamar-se *cidadania*; do outro a esfera política onde se inscrevem todos aqueles

¹³ A estação de televisão SIC transmitiu no «Jornal da Noite» de 16 de Abril de 2008 uma peça com imagens do jogo de apuramento para a Taça de Portugal que pôs frente a frente Benfica e Sporting. Esta peça foi sonorizada com os relatos realizados por três estações de rádio – Rádio Renascença, TSF e Antena 1 – aquando do encontro.

¹⁴ O conflito militar conhecido como Guerra do Golfo teve início a 02 de Agosto de 1990 com a invasão do Kuwait por tropas do Iraque e terminou com a invasão do Iraque em 2003 por tropas de uma coligação liderada pelos Estados Unidos da América.

¹⁵ Ver anexo 13.

que estão autorizados, por decisão popular, a realizarem as resoluções políticas e a «conduzirem» o Estado. É a cidadania que confere um sentido de pertença ao indivíduo pelo que é a participação nas várias esferas sociais que em conjunto formam a identidade. Os valores partilhados, embora produzidos em determinados contextos, podem ser apropriados por outros nomeadamente o político. Canal de comunicação entre governantes e governados os *media*, pois se a democracia é exercida tendo como suporte a comunicação, com base na discussão, então o *espaço público* surge como local onde o debate se centra nos assuntos cujo interesse tem um carácter generalista pelo que a opinião pública tem um papel de mediação entre as necessidades da população e do Estado.¹⁶ Podemos assim considerar que «a esfera pública é a cena em que o jogo das interações sociais e o movimento dos actores ganham visibilidade social» (Rodrigues 2001: 141). A rádio congrega diferentes grupos sociais, naquele que é um dos objectivos democráticos dos *media*, quando promovem a mediação entre eles aumentando assim o sentido de responsabilidade social sendo esta função representativa que vai permitir reforçar a pressão sobre as entidades estatais. Torna-se, contudo, necessário que a imprensa seja estruturalmente independente do governo e do poder económico privado ainda que se assista ao inverso: a notícia transformada em mercadoria impõe-se à notícia enquanto bem social já que «por alguma razão os capitães e os sargentos dos *media* passaram a diluir o conceito de jornalismo numa outra expressão mais vasta, de cariz economicista e diluidora da identidade jornalística: «produção de conteúdos»» (Correia 2006:110). Este constrangimento económico é um dos que limitam o papel da imprensa enquanto «*watchdog*» colocando-se a questão da autonomia e independência da imprensa. Se por um lado quanto mais informada mais livre a sociedade se torna, pelo outro o exercício da cidadania está condicionado pela desigualdade do processo de sociabilidade e pela discriminação existente na capacidade de acção política não apenas na vida política mas também na regulação colectiva através das normas públicas. Perante este quadro conceptual, e num contexto social onde os consensos são mais consolidados, é manifesta a pressão das massas sobre a política expressa na forma de *opinião pública*¹⁷. Qualquer que seja o modelo de democracia é notório que, políticos e cidadãos, interagem na formação do processo democrático obviamente com a mediação dos meios de comunicação social ainda que, como vimos, a participação dos cidadãos neste processo se encontre deveras restringida principalmente devido a diferenças de educação e socialização, à existência de redes de comunicação informais ou mesmo clandestinas em oposição à comunicação pública e a um

¹⁶ É no espaço público que, para Jürgen Habermas, diferentes práticas e representações sociais alicerçam a identidade social ao mesmo tempo que funcionam como elementos estruturantes do campo social onde cada indivíduo constrói a sua identidade, isto é, os indivíduos regulam o campo social e vice-versa. Cfr. Jürgen Habermas, *L'Espace Publique*, 1978.

¹⁷ Robert M. Entman e Susan Herbst distinguem quatro formas de *opinião pública*: a opinião de massas enquanto agregação de preferências individuais; a opinião pública activada inerente aos indivíduos com opinião formada e a grupos organizados de cidadãos; a opinião pública latente diz respeito às preferências fundamentais do público e a opinião pública que distingue deliberadamente as maiorias. Cfr. Robert M. Entman e Susan Herbst, *Mediated Politics*, 2001:204-207.

acesso desigual aos canais de comunicação institucional o que diminui o leque de oportunidades para obtenção de informação relevante (Splichal 1999: 286). É sabido que mesmo no papel de observadores os jornalistas fazem escolhas sobre o seu posicionamento – informar é sempre escolher -, a partir de imagens públicas do mundo sendo que coincide com o crescimento do jornalismo público o número crescente de diligências para se reimaginar a democracia política (Rosen 1999: 126). No *campo dos media*¹⁸ a objectividade assegura a cooperação entre os restantes campos sociais pois o horizonte de interpretação é formado com base na tradição sendo que essa interpretação feita por um individuo pode ser alterada ou confirmada por outro já que qualquer pessoa é capaz de interpretar uma acção ou um texto de acordo com o seu horizonte cultural e, reciprocamente, usar a acção para modificar o seu próprio horizonte, exemplo disso as estatísticas oficiais, elas próprias uma interpretação da realidade, dependentes de um processo de interacção social. Neste contexto, a imprensa influencia a *opinião pública* ao fornecer e moldar muita da informação (*agenda-setting*) sobre a qual agimos na vida quotidiana. Neste processo, que é social, é portanto pela forma como nos afectamos a nós que afectamos os outros, isto é, é graças à compreensão do que dizemos que intervimos nas situações sociais. Os *media* estruturam a sua representação dos acontecimentos sociais e políticos e se tivermos em conta que são também um espaço onde os vários actores sociais confluem comunicando e informando, gerando assim opinião pública, então os *media* são um poder. Poder que em democracia significa partilha, pertença, participação e confiança. Confiança que as pessoas ainda têm nos *media* porque estes lhes dão a conhecer as falhas institucionais (Bennett 1998:742) cumprindo desta forma a sua função de «*watchdog*».

Nos anos 80 do século passado criatividade passou a ser a palavra-chave substituindo a noção de cultural nomeadamente ao nível dos jornalistas/animadores de rádio. Estes profissionais, entre outros, estão no centro operacional do sistema que integra organizações, recursos, mediação e públicos que, mantendo uma relação estratégica com as organizações, vêm afectos a si uma recorrência na relação entre pessoas e instituição. É através da mediação, entre o *espaço público* e os *media*, autenticada pelas estratégias do mercado mediático, que o público reconhece a legitimação presente no início do círculo inter pares, isto é, na cadeia de produção de valor simbólico pelo que este valor depende da posição ocupada no espaço pelos diferentes agentes (Bourdieu 2001). Se toda a acção é comunicação e se a realização envolve idealização então o sucesso da acção depende do julgamento e da aceitação da audiência. É a partir desta rede de significados que se constrói a experiência sendo que, neste sentido, acção é já uma «forma» de mediação.

¹⁸ Adriano Duarte Rodrigues define-o como sendo um «campo cuja legitimidade expressiva e pragmática é por natureza uma legitimidade delegada dos restantes campos sociais e que, por conseguinte, está estruturado e funciona segundo os princípios da estratégia de composição dos objectivos e dos interesses dos diferentes campos, quer essa composição prossiga modalidades de cooperação visando, nomeadamente, o reforço da força da sua legitimidade, quer prossiga modalidades conflituais, de exacerbação das divergências e dos antagonismos.» Cfr. Adriano Duarte Rodrigues, *Estratégias da Comunicação*, 2001: 152.

1.5. A importância das audiências na produção radiofónica

A rádio formou a opinião pública no domínio privado. Ao mesmo tempo que incorpora o domiciliário reconstrói o não - domiciliário localizando-se no interface entre os dois espaços no mesmo plano situacional do indivíduo que se encontra sujeito a uma lógica centrífuga, para fora, e a uma lógica centrípeta, para dentro. Ora a rádio, neste contexto, leva vantagem em relação a outros dinamizadores culturais, pois as *audiências de rádio*¹⁹ não precisam de qualquer preparação para o serem: a literacia não é condição essencial, não é necessário comprar bilhete, vestir-se a rigor ou dirigir-se a um local específico. A questão coloca-se aqui ao nível do cruzamento de dinâmicas que podem induzir a procura assim como da problemática da distinção nomeadamente no que à hierarquização e diferenciação de públicos diz respeito. Há que olhar o sistema de disposições, que informam e orientam a escolha a fazer designadamente o princípio gerador de práticas, o *habitus* de classe, enquanto modelo incorporado das condições que essa classe²⁰ impõe de forma homogénea. (Bourdieu 1979: 112). A hierarquia do *espaço social*, enquanto representação abstracta, atravessa duas dimensões: o volume de capital, da maior à menor importância e a natureza do capital dominante assim como do dominado. (1979: 146,376). A distinção reconhecida às classes dominantes reveste-se de diferentes formas apresentando-se publicamente através de símbolos distintivos da classe. Assiste-se então a uma segmentação dos públicos de rádio face ao estatuto editorial e de programação que esta apresenta. Daí presenciarmos a deslocação de público para uma TSF- Rádio Notícias²¹, se se pretende «estar informado», para uma Rádio Renascença se o objectivo é escutar música alternada com informação numa programação pensada para um público adulto ou para uma RDP – África se é informação e música do continente negro que pretendemos ouvir confrontando-nos assim com uma audiência generalista ou especializada ainda que, em qualquer dos casos, heterogénea. É pois necessária a construção, num espaço social objectivo, de uma estrutura de relações que determinem a forma que devem envolver as interações e representações dos que nelas estão envolvidos não obstante as teorias subjectivistas afirmarem que todos os juízos de valor se baseiam em critérios que acabam por ser impostos e que, posteriormente, consolidam as estruturas do poder. As produções culturais dos *media* devem

¹⁹ Ortiz e Marchamalo definem o conceito de audiência de rádio como sendo o conjunto de pessoas que sintonizam um determinado programa de rádio em dia e hora determinados. Cfr. Ortiz e Marchamalo, *Técnicas de comunicação pelo rádio*, 2005,15.

²⁰ A noção de classe é definida, por Pierre Bourdieu, pela sua posição face aos meios de produção, os profissionais, níveis de instrução e a uma determinada distribuição no espaço geográfico assim como a outras características auxiliares. Neste contexto, e no âmbito deste trabalho, podemos dizer que estamos perante as diferenças existentes entre estações de rádio nacionais e estações de rádio ao nível local e/ou regional e, a um nível mais localizado, perante diferenças existentes entre estações de rádios nacionais cuja programação se destina a um público-alvo específico. Cfr. Bourdieu, *La distinction*, 1979: 113,119.

²¹ A TSF surgiu em 1981 enquanto «TSF Rádio Jornal», estação privada de radiodifusão, mas quando a Lusomundo adquiriu esta rádio (1993), criou uma empresa chamada «Rádio Notícias» tendo-se registado um conjunto de alterações jurídico-estatutárias. Em 2005 a TSF foi alienada à Controlinveste. Formalmente, nesta altura, TSF Rádio Jornal não existe como entidade jurídica mas ainda é uma estação fundamental no imaginário dos ouvintes.

contextualizar-se ao nível social, económico e político de forma a revelarem como servem o poder de classes ou interesses sectários. (Sorlin 1994: 7). As estratégias de reprodução, enquanto sistema, dependem da estrutura do *capital cultural* a reproduzir pelo que essas estratégias podem ser reestruturadas através de uma reconversão do capital tornando-o, dessa forma mais acessível e mais rentável produzindo assim uma transformação da estrutura patrimonial existente. (1979:145). É o que sucede quando, anualmente, as estações de rádio elaboram novas grelhas de programação. Novos programas, remodelação de outros, novas vozes reformulando toda uma estrutura, um *capital cultural*, com o intuito de, manter, captar audiência. Na contemporaneidade o conceito de *comunicação de massas* relega-nos para a imagem de uma vasta audiência onde milhares, milhões de indivíduos se posicionam. Canais²² por excelência da comunicação os meios de comunicação de massas²³, pretendem atingir um número extenso de público, de preferência diversificado originando uma relação unidireccional e impessoal de distanciamento entre emissor e receptor da mensagem. Esta tem, regra geral, «um valor de troca no mercado mediático e um valor de uso para o seu destinatário» (McQuail 2003: 42). A rádio enquanto *medium* sugestivo e apelativo, por um lado e flexível pelo outro remete para três tipos de audiência: a que acompanha as emissões radiofónicas enquanto fonte de entretenimento seguindo, ao mesmo tempo, a restante programação, a audiência que considera a rádio uma forma de arte com mérito próprio e, por fim, o público que considera a rádio apenas favorável à captação da chamada informação de *background*. (Crisell 1986). Vemos assim que a audiência de uma estação de rádio depende da vontade, do gosto expresso pelos consumidores ao mesmo tempo que são estas variações que irão colocar problemas aos produtores dos programas radiofónicos sejam eles de informação ou de entretenimento. O dilema é permanente. Quem vai decidir, por exemplo, realizar mais programas de entretenimento em prejuízo dos de maior «estética artística»²⁴ correndo o risco de perder uma camada da audiência? A qual das funções da rádio se deve dar prioridade: a de informar ou a de entreter? Uma das vantagens da rádio, enquanto *medium*, é proporcionar à audiência mobilidade sendo essa mobilidade um factor de preocupação para os decisores de uma «grelha» radiofónica

²² O conceito de canal relega-nos aqui para a Teoria de Comunicação de C. E. Shannon para quem «o canal é o *medium* usado para transmitir o sinal do emissor para o receptor». Cfr. Shannon, *A mathematical theory of communication*, 1948:2.

²³ Conceito criado para designar o conjunto dos media (rádio, televisão e jornais). A expressão é normalmente usada de forma crítica para reafirmar possíveis efeitos uniformizadores das mensagens e de manipulação do público encarado como um destinatário passivo e acrítico. Denis McQuail afirma que o termo define uma condição e um processo teoricamente possível mas que raramente se encontra na sua forma pura. Enquadra-se na linha do *ideal tipo* definido pelo sociólogo Max Weber ao sublinhar elementos chave de uma realidade empírica. Cfr. McQuail, *Teoria da comunicação de massas*, 2003:14.

²⁴ A noção de estética artística é usada neste contexto pretendendo remeter o leitor para o *corpus* da rádio, o som, que vai imbuir o *medium* dessa estética através de múltiplas técnicas designadamente a modulação, a montagem, a vocalização, etc. Numa abordagem mais sociológica recorreremos a Pierre Bourdieu que chama a atenção para o facto da percepção estética constituir, de alguma forma, uma negação prática da intenção objectiva do sinal. Por exemplo, em rádio interessa que o indicativo do noticiário informe o público que na grelha de programação segue a informação e não que aquele seja constituído por um qualquer ambiente sonoro que agrade, de forma subjectiva obviamente, à audiência. Cfr. Bourdieu, *La distinction*, 1979: 29.

pois nunca se sabe ao certo quem constitui de facto a audiência desconhecendo-se também se a atenção prestada às mensagens transmitidas está relacionada com os efeitos, ou influências, por elas provocados. Por outro lado, os gestores dos meios de comunicação social sabem que «o mercado livre de publicidade garante audiências» (Keane 1991) mas num sistema estritamente comercial e competitivo programas que tenham audiências muito baixas estão fora. Qualquer conteúdo de programação que possa baixar de forma significativa os níveis de audiência devem ser evitados. É aqui que a oferta gera procura, isto é, as necessidades são construídas em função da procura, a diversidade promove a competição, «as obras são efeitos e indutores da sua recepção» (Conde 2004). Vemos assim que não é tanto o órgão de informação que influencia um dado público mas esse público que influencia o órgão de informação. (Katz e Lazarsfeld citados em Rebelo 2002:58). A produção de formatos ambiciona assim interceptar o maior número de tecido social ser parte constitutiva de uma *cultura de massas* algo que pertence já ao campo da lógica do projecto, da personalização autoral.

Centrar as atenções na audiência direcciona o olhar para as identidades culturais e sociais conferindo aos produtores/profissionais visibilidade sobre a natureza e interesses da audiência e destacando os diferentes processos de descodificação das mensagens provenientes dos vários grupos sociais (Ferin 2002: 139). Importa, por isso, antes de analisar audiências saber quem é o público ouvinte de rádio. O facto de em rádio se puderem transmitir programas pré-gravados não é um bom indício no que às audiências diz respeito o que demonstra que o programa pode ser ouvido por um determinado número de ouvintes que não serão a totalidade de todos os que o farão pois a transmissão pode ser captada em diversos momentos. Inferimos, portanto, que o facto de um programa ser realizado/apresentado em directo indicia uma *fidelização* da audiência. Instrumento importante para o conhecimentos dos públicos ouvintes e das estratégias a seguir, quanto a uma política de programação, as sondagens de audiência porquanto grande parte do efeito de qualquer programa é pré-determinado pela estrutura da audiência. (Wolf 2006). Neste contexto importa referir que, segundo os resultados de audiência do primeiro trimestre de 2008 do Bareme Rádio e das três rádios a que vamos fazer referência neste trabalho, a Rádio Renascença foi a rádio mais ouvida com 23,6% de *share* de audiência encontrando-se assim à frente da TSF que apenas alcançou 5,6% de *share* de audiência. A RDP África, enquanto antena de cariz internacional, não aparece nos estudos de audiência das estações de rádio que operam no mercado português embora tal também suceda com a RDP África. Acontece, porém, que, e tal como explica a Markttest, empresa que realiza estudos regulares de audiência de rádio (Bareme Rádio), só são publicados resultados para estações que tenham uma base amostral cuja dimensão minimize os riscos de interpretação dos resultados obtidos²⁵. A RDP África surge enquanto parte integrante dos resultados globais obtidos pelo

²⁵ Significa dizer que as estações de rádio têm de reunir uma de duas condições: que tenham referências em quatro das seis regiões Markttest (Grande Porto, Litoral Norte, Interior Norte, Litoral Centro, Grande Lisboa, Sul) e

Grupo RDP no primeiro trimestre de 2008 pelo que os valores obtidos não referenciam directamente a possível audiência da estação. Uma situação para a qual o actual director da estação, em 2005, chamou a atenção do departamento da RTP que tem responsabilidades nessa área pois «o facto de a RDP África não surgir no *Bareme Rádio* não significa que não seja muito ouvida. Tem é um público muito específico com particularidades muito próprias como seja o simples facto de não terem telefone fixo o que impossibilita que esses estudos de audiência sejam feitos pela Marktest». (Jorge Gonçalves *dixi*).

As audiências são criativas, atentas e reflexivas tanto que os signos são, apreendidos com cepticismo e olho clínico, muitas vezes invertidos e reinterpretados face ao seu significado inicial. Desta forma, à procura de um programa em particular o ouvinte pode explorar em duas ou três frequências outras tantas estações de rádio pelo que uma audiência não é estanque, ela constitui-se a si própria e está para lá do controlo do autor. Parece pois razoável concluir-se que para uma estação de rádio *fidelizar público* importa elaborar uma programação abrangente e eclética de forma a não defraudar, e se possível até captar, os ouvintes ainda que saibamos que nem todas as gerações sofrem a mesma colagem ao *medium*. (Conde 1998). Todavia, são os jovens que pertencem, na cultura contemporânea, ao “ambiente sonoro” (Conde 1998), como revela um estudo realizado pelo CIES/ISCTE em 2003 (Cardoso 2005), já que incorporam modelos culturais diferentes daqueles que são o paradigma na sociedade. A infância e a adolescência, parecem ser aliás períodos essenciais para a criação de um perfil de audiência dos *media* através da definição do que caracteriza um individuo enquanto audiência: gostos, preferências, expectativas e padrões de interpretação. Durante esse período é criada uma matriz, uma espécie de alfabetização face aos *media*, que irá definir padrões e hábitos de consumo futuros dessa audiência. (Colombo e Aroldi citados em Cardoso 2006: 417). O valor do conteúdo dos *media* radica no significado, na mensagem ou história que tem para oferecer.

Embora saibamos que ouvir rádio implica mais receber do que interagir o facto é que a questão da interactividade²⁶, enquanto forma de *captar público* radiofónico, é importante. Ao dar ao ouvinte a possibilidade de escutar a sua própria voz na rádio esta cria, uma *cultura de diálogo* (Conde 2003), a ilusão de que é um *medium* que funciona nos dois sentidos e não apenas do emissor para o receptor ao mesmo tempo que possibilita intuir se o programa tem audiência e se esta responde aos códigos que lhe são transmitidos (veja-se o caso dos programas de «discos pedidos», por exemplo). Estabelece-se desta forma uma relação mais próxima com o público e a rádio revela-se enquanto fusão de comunicações: de massas e individual pois se por

simultaneamente tenham um mínimo de 60 casos na amostra do trimestre e/ou semestre ou que façam parte de um grupo que possua estações consideradas de cobertura nacional (presente nas seis regiões) e tenham um mínimo de 30 referências na amostra do trimestre e/ou semestre.

Cfr. <http://www.marktest.pt> visionado a 16-10-07.

²⁶ Seguimos aqui a definição de *media* interactivos dada por Gustavo Cardoso para quem aqueles são os *media* que conseguem simular trocas interpessoais através dos seus canais de comunicação. Cfr. Cardoso, *From mass to networked communication*, 2008.

um lado a audiência é vasta pelo outro os membros dessa audiência escutam rádio enquanto indivíduos em espaços separados. Assim o ouvinte – indivíduo chega às massas através de um contacto informal, e ostensivamente directo, estabelecido entre um único indivíduo e o apresentador/realizador do programa numa intimidade que é percebida pelo tom de voz. É a democratização do *medium* ao permitir que a audiência se torne activa, subvertendo assim a concepção inicial da rádio, e o «poder» que lhe está subjacente, um poder de difícil compreensão quando se olha para o isolamento a que um estúdio de rádio obriga mas que lhe é conferido enquanto intermediário cultural. (Bourdieu 1979: 375). É o público que está imbuído de uma espécie de resistência, de subversão, isto é, de *empowerment* que desorganiza a estrutura de poder existente (apesar dos seus efeitos não serem ainda «muito palpáveis») sendo que o *interesse público* decorre da objectivação das circunstâncias em que se desenvolve a interacção humana, política e social e cujas decisões podem levar à modificação de hábitos de conduta para confirmar ou pôr em causa ideias, crenças e atitudes. (Ponte 2004). Em 1940, o sociólogo Paul F. Lazarsfeld, afirmou: «a rádio pode favorecer muitas tendências para a centralização, a standardização e a formação de massas, tendências que parecem predominar na nossa sociedade. Um programa deve divertir o público e, por isso, evita tudo o que seja tão polémico que provoque críticas sociais; um programa não deve afastar os ouvintes e, por isso, alimenta os preconceitos do público; evita a especialidade para que seja garantida uma audiência tão vasta quanto possível; no sentido de agradar a todos, tenta evitar temas controversos.». (Lazarsfeld citado em Wolf 2006: 97-98). O processo dialogante, muitas vezes crítico, é facilitado por uma interactividade não hierárquica. A única forma de se «construir» uma audiência fiel, e mantê-la, é investir na programação, é ser inventivo e aberto a programas que sejam o espelho da diversidade cultural presente nas sociedades contemporâneas pois as pessoas respondem bem a conteúdos que tenham em conta as suas necessidades de desenvolvimento. Esta relação de adequação, sabemos-lo, não é pacífica. A *captação de audiências* está relacionada com a criação e manutenção, por parte dos *media*, dos seus rituais pois ao anunciarem e amplificarem eventos, que fazem parte da sua prática habitual, estão a apresentar tais acontecimentos a ouvintes que não querem, ou não podem, estar a presenciá-los *in loco*. A situação criada em 1999 no pós-referendo em Timor-Leste e o trabalho realizado pela TSF- Rádio Notícias é disso exemplo decorrendo desse trabalho o epíteto que lhe foi conferido de *rádio porta-estandarte*. (Proença 2006). O envolvimento do público é ponderado pelo meio de comunicação por força de aspectos previamente assentes como a duração, os intervenientes e as entradas em directo na emissão de correspondentes ou enviados especiais. Sendo aqui que reside muito do prestígio granjeado pelo *medium* e pelo profissional²⁷ que na ocasião faz uso do seu capital social e cultural porquanto o

²⁷ O estudo sobre a situação dos profissionais da criação artística na Europa (2006), da Comissão da Cultura e Educação do Parlamento Europeu, considera que o termo artista foi assimilado e substituído pelo de criador no sentido que lhe é atribuído por Richard Florida (2005). Neste contexto pode colocar-se o profissional de rádio,

status do entrevistado mede a posição social do entrevistador e vice-versa. E nada como a carga dramática do discurso para suscitar o interesse da audiência. (Babin 1993; Santiago 2006). Um dos factores dominantes para tornar um programa atractivo é o conhecimento antecipado do ouvinte porquanto muitos programas desenvolvem uma personalidade distinta devido às características da audiência. Em África, a influência dos meios de comunicação de massas na audiência começou a fazer-se sentir nos anos 90. Um efeito gradual e cumulativo pois estamos perante uma sociedade onde a coexistência, a criatividade, a convivialidade e a interdependência combatem as dificuldades tecnológicas. Foi na década de 90 que o monopólio estatal da rádio e da televisão, em muitos países africanos, se viu enfraquecido devido à aclamação pró-democrática que se espalhava pelo continente e que ainda hoje tenta derrubar barreiras. (Nyamnjoh 2005).

2. A RDP África enquanto objecto de análise

Símbolo de relacionamento diplomático a difusão internacional transporta consigo uma aura de limitação para cuja diminuição contribui o *feedback* dos ouvintes nomeadamente com o intuito de: 1) mostrar que a estação tem ouvintes, 2) conhecer a recepção técnica da estação no local e 3) saber qual a opinião existente sobre a estação ou um determinado programa e/ou espaço informativo. A difusão internacional mostra-se mais próxima da actualidade que se pretende reportar tornando o local global. A ligação radiofónica com os países africanos de língua oficial portuguesa foi uma preocupação expressa desde 1935 quando Jorge Botelho Moniz, director do Rádio Clube Português, considerava ser necessário «cuidar da radiodifusão colonial» preconizando uma ligação entre a Metrópole e as colónias para não «haver dispersão de esforços ou duplicação de soluções» mas interdependência estando previsto a instalação de «um sistema emissor com estações em todas as colónias.». Dois anos mais tarde o presidente da comissão administrativa da Emissora Nacional, Henrique Galvão revelava o seu estado de espírito face ao assunto, «(...) desde que entrei na Emissora Nacional que me preocupa [...] o problema da ligação radiofónica com as colónias». (Santos 2005:154). Sessenta anos depois destas preocupações, ainda que num contexto político completamente diferente, surge a RDP África.²⁸ A emitir para Lisboa desde Abril de 1996 foi todavia ainda em 1995 que a RDP África começou a emitir em frequência modelada (FM) para Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe podendo ser captada em Angola via satélite. Fazendo parte constituinte

jornalista e/ou realizador, na qualidade de criador ou intérprete, gerador de um património constitutivo de direitos de autor quer se situe no sector público quer integrem o sector privado das indústrias criativas.

²⁸ O despacho nº 25 356/2006 do Diário da República refere que a RDP África foi autorizada a emitir para o concelho de Lisboa em Novembro de 1996 (101.5 FM) mas na realidade essas emissões tiveram lugar desde Abril do mesmo ano. A autora deste trabalho «abriu» as emissões para Lisboa com a leitura do primeiro noticiário (06.00 horas) no dia 1 de Abril de 1996 data em que a estação foi oficialmente inaugurada. Cfr. Despacho nº 25 356/2006, *Diário da República*, 2ª Série, nº 238, 13 de Dezembro de 2006, p. 28 679.

do leque de canais radiofónicos da Rádio e Televisão de Portugal (RTP), a RDP África vê-se por isso abrangida pelo regime de serviço público de radiodifusão sonora – entendendo-se o conceito de serviço público enquanto um serviço destinado a satisfazer um interesse geral imperioso que a ordem jurídica reconhece ser de interesse público (Rostan, 1982; Atkinson, 1997) – cujo contrato de concessão, assinado em Junho de 1999, determina na sua cláusula 4ª que «a RDP seja uma rádio de expressão internacional, vocacionada para a difusão da língua e cultura portuguesas» ao mesmo tempo que a cláusula 6ª a obriga a «assegurar uma emissão via satélite para os países africanos de língua oficial portuguesa, com transmissão terrestre local ao abrigo de acordos firmados ou a firmar com os respectivos Estados. Esta emissão será também transmitida para as comunidades africanas residentes na Grande Lisboa, através de frequência própria». É o que acontece mas já não só para a Grande Lisboa. O despacho nº 25 356/2006 do Diário da República atribui à RDP África frequências de emissão em Coimbra (103.4 FM) e Faro (99.1 FM) concelhos onde a emissão da estação passou a ser escutada desde Janeiro de 2007. O intensificar da cooperação de Portugal com os países africanos de língua oficial portuguesa ao nível da informação e de produção de programas, da formação de pessoal, ao nível da operacionalidade e da assistência técnica assim como da transferência de tecnologia, de acordo com os programas financiados pelas instâncias competentes da cooperação portuguesa, está também expressa no contrato de concessão de serviço público de radiodifusão sonora sendo uma das contrapartidas à instalação da RDP África nos países africanos lusófonos²⁹. Esta particularidade foi, aliás, sublinhada com agrado, na primeira reunião do Conselho de Ministros da Comunidade de Países de Língua Portuguesa realizada, em Lisboa, em Julho de 1996 onde, sublinhe-se, Portugal se posiciona num lugar de destaque face aos seus parceiros devido à sua posição geopolítica, geoestratégica e geoeconómica (Marchueta 2003:17). Os países africanos lusófonos ao introduzirem nos seus territórios rádios internacionais estão simbolicamente a dar forma ao seu *status* de independência. (Browne 1982: 33).

Estrutura autónoma dentro das antenas radiofónicas da RTP, a RDP África é composta por trinta e seis elementos, entre jornalistas e realizadores de nacionalidade portuguesa e africana lusófona, cujo trabalho tem, segundo indica o perfil do canal, o propósito de funcionar como «placa giratória de informação lusófona» e em dois sentidos «dirigindo para África informação portuguesa, do mundo e da comunidade africana que reside em Portugal e trazendo para Portugal uma larga informação africana»³⁰. Esta diversificação de nacionalidades existente entre os trabalhadores da estação qualifica-a de uma mais valia pois «os que nasceram lá» parecem mais capazes de pensar a audiência em termos concretos assim como os que viveram durante um certo período nesses países nomeadamente os correspondentes. O problema coloca-se ao nível da lealdade já que esta pode centrar-se em primeiro lugar no país de origem e não na

²⁹ Cfr. *Diário da República*, 1ª Série - B, nº 115/99, 18 de Maio de 1999, p. 2639.

³⁰ <http://www.rtp.pt/canais-radio/rdpafrica/perfil.php?canal=4>

estação empregadora (Browne 1982: 10) sendo que o importante é priorizar a informação *per se* e não a notícia com origem ou relativa ao país berço de um determinado jornalista. São questões que estão relacionadas de perto com a lógica de funcionamento da estação nomeadamente no papel e na responsabilidade profissional que cabe aos chefes de redacção, aos editores e por último ao jornalista que não tendo responsabilidade editorial acaba por a incorporar face à inconstância de quem a deveria ter. Mas esta promoção da diversidade pode ainda ser olhada enquanto parte da responsabilidade social empresarial e do respeito pelas diferenças, pelo exercício da tolerância, do diálogo, de relações de parceria e de complementaridade. Uma equipa diversificada permite o aumento do mercado consumidor e estimula a criatividade, a inovação e a produtividade (Myers 2003) importando acima de tudo relativizar o sentido de lugar abolindo as diferenças.

Devido às suas características e especificidades a RDP África inicia a produção «própria» de blocos noticiosos apenas às 08.00 horas ainda que transmita durante as 24.00 horas diárias. Como é possível verificar na grelha de informação disponível em anexo³¹ referente a 2007/2008, desde as 08.00 horas até à 01.00 hora a produção noticiosa é pontuada aqui e ali pelos chamados «simultâneos» com os blocos noticiosos da Antena 1, a principal estação radiofónica da RTP. Uma das especificidades da RDP África é a diferença horária existente entre Portugal e os países para onde emite pelo que, olhando para a grelha de informação, podemos questionar o facto de em Moçambique não se ouvir uma síntese informativa às 08.00 horas, 06.00 horas em Portugal, pois todos sabemos que «a maior audiência ao longo de um dia médio é atingida essencialmente no período da manhã». (Silva 1993)³². Mas como foi anteriormente referido importa saber quem é o público ouvinte da rádio, analisar as audiências para que uma grelha de informação/programação vá de encontro às expectativas criadas no público. Nesse sentido foi realizado em 2005, um estudo³³ sobre o perfil de audiência da estação, os níveis de interesse, entre outros itens, quer em Lisboa, quer nos países africanos lusófonos. Em Portugal, o ouvinte da RDP África é, como se pode ver no gráfico em anexo (2), maioritariamente masculino e jovem (até aos 24 anos) pertencendo maioritariamente à comunidade cabo-verdiana. Em relação ao posicionamento da RDP África face a outras estações de rádio ouvidas ela é líder junto do universo amostral inquirido³⁴ com índices de cerca de 70% de escuta (anexo 3) sendo que a música é claramente o «programa» preferido para ser ouvido na rádio mais pelas mulheres e pelos mais jovens. Já as notícias, nomeadamente a

³¹ Ver Ficheiro Excel no CD em Anexo.

³² Um conhecimento de senso comum consubstanciado nos estudos elaborados pela Markttest. Sobre a importância do período da manhã na rádio consultar Carole Fleming, *The radio handbook*, 2002.

³³ O estudo foi realizado por uma empresa internacional a MetrisGfK, Research Worldwide tendo a análise incidido sobre os dois campos de actuação da RDP África: em Lisboa (à altura a estação não era ainda escutada em Coimbra e Faro) e nos países africanos de língua oficial portuguesa. Este estudo foi realizado olhando também para a RDP Internacional uma vez que Jorge Gonçalves é actualmente director das antenas internacionais de rádio da RTP.

³⁴ Foram feitas 300 entrevistas, directas e pessoais, a imigrantes estrangeiros em Portugal com 15 a 64 anos que ouvem rádio e que residem da área da Grande Lisboa.

informação sobre os países de origem, são preferidas em maior percentagem pelos homens pertencentes à comunidade africana lusófona residente na área da grande Lisboa e, de alguma maneira, com maior peso para os mais velhos. A casa continua a ser o local onde a audição de rádio é maior. Ao contrário do que se poderia pensar a informação desportiva não tem relevância assim como os programas culturais e/ou de entretenimento representantes do estereótipo usado quando se fala do continente africano significando que «mais do que ideias são preconceitos. Nós definimos coisas em função dos nossos próprios interesses, das nossas perspectivas, e esquecemos que somos uma entidade que presta um serviço a outras pessoas e não a nós próprios. (...) Corremos sérios riscos de construirmos uma grelha desajustada da realidade. (...) Este estudo também serviu para isso, para corrigir algumas trajectórias que nós pudéssemos estar a desenvolver. E isso foi detectado. Passamos a dar prioridade à música, depois à informação e por último à informação das suas próprias comunidades. E foi a quebra do tabu do desporto». (Jorge Gonçalves *dixi*).

Em relação à audição de rádio nos países africanos de língua oficial portuguesa³⁵ ela surge com percentagens elevadas ainda que no que concerne aos hábitos de lazer a escuta radiofónica se situe num sexto lugar depois dos itens referentes a passear, ler, estar com amigos e família e ver televisão que se situa na posição cimeira da tabela. Nas capitais africanas lusófonas o ouvinte da RDP África é masculino, na sua maioria, e na faixa etária que vai dos 45 aos 54 anos. Relativamente ao grau de satisfação face aos programas que a estação apresenta ele é elevado no que à informação sobre África e sobre as comunidades africanas diz respeito. Também aqui os programas preferidos são sobre notícias surgindo a música na segunda posição.³⁶ Todavia, o posicionamento da RDP África depende do país estudado. Se na Guiné-Bissau e em Moçambique a estação domina o *share* de audiência já em Cabo Verde e em São Tomé e Príncipe a estação portuguesa ocupa, respectivamente, o quarto e segundo lugar. Em Angola a RDP África, segundo o mesmo estudo, não tem expressão. A estação é captada apenas via satélite e pela Internet o que significa que ao nível das audiências estas são limitadas razão pela qual 60% dos inquiridos angolanos afirmam não escutar a estação porque «não a conseguem apanhar» (anexo 7). Segundo o estudo realizado, em 2005, o ponto forte da RDP África é a informação dada sobre o país, com elevado grau de interesse e de satisfação, pelo que o canal deve manter o mesmo nível. O único país com um perfil diferente é Angola (sem distribuição terrestre) onde o ponto forte é as transmissões de jogos de futebol. Indicativo para a elaboração de uma grelha de programação e informação este estudo sobre as audiências da RDP África, todavia, «não influencia a informação produzida pela estação» ainda que se «tente dar informação que corresponda à expectativa dos ouvintes. O que nem sempre é fácil face às

³⁵ Foram realizadas 1.432 entrevistas, directas e pessoais, realizadas nas capitais dos países em causa, a indivíduos com idades entre os 15 a 64 anos, que ouvem rádio.

³⁶ Ver anexos 4,5 e 6.

dificuldades sentidas em matéria de recursos humanos e financeiros» (Carlos Menezes *dixi*). É meramente um indicador, ainda que relevante, que não influi, nem condiciona, o papel informativo que a estação sempre demonstrou ter desde o seu início e que promove a aproximação entre a diáspora africana lusófona e os países de origem como demonstra um dos *spots* iniciais da estação que deu voz aos imigrantes africanos em Portugal:

«*Ouçõ sempre a nossa música,
Lembro a minha terra.
Eu quero ouvir notícia da minha terra.
O meu rádio 'tá fixo...é como que eu 'tou lá!
RDP África*»

Neste contexto, e como foi já referido anteriormente, vamos de uma forma analítica e comparativa olhar para as manhãs da RDP África, da Rádio Renascença e da TSF -Rádio Notícias. O programa da manhã é o mais importante de qualquer estação de rádio. O objectivo principal é prender o ouvinte à estação através dos conteúdos e da chamada de atenção para os programas que vão poder ser escutados ao longo do dia. Quando realizado por uma equipa de apresentadores – como é o caso da RDP África e da Rádio Renascença – cada um com a sua personalidade, revela-se uma mais valia para a estação pois apela às diferentes características e tipos de audiência (McQuail 1997:38). Cada estação tem o seu estilo próprio ainda que todas elas usem os *jingles* e os *spots* para pontuar o programa, como elo de ligação entre rubricas ou até como forma de ligar a rádio à audiência através da promoção de eventos conferindo assim uma identidade visual a um serviço invisível. (Fleming 2002). Desde logo pela especificidade inerente ao público da RDP África, nos países africanos lusófonos, a manhã informativa nesta estação tem início pelas 08.00 horas da manhã uma vez que até aquele horário, e desde as 05.00 da manhã, o público-alvo se situa em Moçambique já que a diferença horária de este país em relação a Portugal é de mais duas horas. Algo que não acontece nas duas rádios privadas portuguesas em análise que dão início à manhã informativa pelas 07.00 horas indo esta até às 10.00 horas. A manhã informativa da RDP África tem um ritual iniciático onde a prioridade é dada aos *spots* informativos que, em muitos casos, associam a imagem da estação a um acontecimento quer seja apresentando, apoiando ou sendo a rádio oficial do evento. A partir do momento em que se houve o *spot*, que no caso da manhã informativa da RDP África funciona como indicativo, e o *teaser* (spot curto) indicativo do *e-mail* do locutor, está criada a empatia com o ouvinte que sabe-o, desta forma, já em estúdio pois «pela repetição a ideia dissocia-se do seu autor; transforma-se numa evidência, independentemente do tempo, do lugar e da pessoa; deixa de ser a expressão de quem fala e passa a ser a expressão da coisa de que se fala». (Moscovici 1981 citado em Rebelo 2003: 87). Se na Rádio Renascença não existe qualquer

indicativo que indicie o início de um novo espaço na grelha da estação, sendo aqui a apresentação do locutor – feita pelo próprio – o sinal de que se passou a outro plano na programação da mesma, na TSF, durante o período em que realizámos a audição da estação, não foi indicado qualquer nome do responsável pela locução, em antena. Poderemos explicar este facto com o cariz com que foi criada a estação. Nascida a 29 de Fevereiro de 1988, sob a direcção do jornalista Emídio Rangel e tendo por base uma cooperativa de profissionais de rádio³⁷, a TSF tem na sua estrutura inicial um grupo de cerca de quarenta jovens oriundos de um curso de formação coordenado pelo jornalista Adelino Gomes. (Roby 2008:14). A estação segmentou-se no produto que oferece e no auditório a que se dirige ao apostar na informação, ao alargar os tempos dos noticiários e ao memorizar o lugar da música. Surgem os conceitos de notícias de meia em meia hora e de antena aberta. A forma de «fazer» rádio alterou-se em Portugal e porque interessa à TSF e aos seus profissionais ser veículo de informação - «tudo o que se passa, passa na TSF» - e não «ser» a informação o nome de quem vai introduzindo em antena os diferentes espaços não é primordial podendo ser, quanto muito, um dado acessório a acrescentar à emissão da estação. Na RDP África assiste-se à situação inversa com a introdução em antena de *spots* onde a figura do locutor é idolatrada pelos ouvintes algo que se torna benéfico para a estação pois os «fans têm um papel decisivo na propagação dos espaços que lhes agradam» pelo que os locutores «famosos são úteis à sua estação» ao mesmo tempo que são «importantes para a estrutura social existente». (Sorlin 1994: 130,131; McQuail 1997). Neste contexto o potencial de fama do locutor é conferido, por ele, aos possíveis entrevistados. O que explica os espaços que o senso comum, num primeiro olhar analítico para o alinhamento da manhã informativa da RDP África, poderia pensar vazios de conteúdos. Não é o caso, muitos são os artistas, ou outras personalidades, que surgem de surpresa, ou não, em estúdio durante a emissão conduzida por Guilherme Galiano aos quais o locutor faz uma entrevista, obviamente, inserida num contexto de relevância informativa ou de novidade na área discográfica. Todavia, ainda que tenha relevância, não existe um interesse real por parte do locutor em conhecer quantitativamente a sua audiência. O *feedback* resulta de doze anos de emissões diárias e do contacto por correio, telefone e/ou pessoal que se vai estabelecendo entre emissor e receptor – em Portugal ou nos PALOP – o que é consubstanciado por I. Ang quando afirma que «os media não têm um interesse real em conhecer a sua audiência, apenas em ser capaz de provar que têm audiência». (Ang 1991 citada em McQuail 1997:20). São, porém, estas entrevistas que agradam aos gestores dos *media* pois «são baratas, os convidados não recebem honorários, o estúdio é fixo logo não existem custos». (Sorlin 1994: 131). Inerente ao facto de serem estações de rádio privadas a Rádio Renascença e a TSF não podem por isso escamotear a entrada de

³⁷ Desta cooperativa faziam parte nomes como Adelino Gomes, Albertino Antunes, António Jorge Branco, António Rego, Armando Pires, David Borges, Duarte Soares, Emídio Rangel, Fernando Alves, Jaime Fernandes, Joaquim Furtado, João Canedo, José Videira, Mário Pereira e Teresa Moutinho. David Borges viria a tornar-se, em 1995, o primeiro director da RDP África.

financiamento fazendo-o através, entre outras maneiras, da publicidade. Algo que não sucede na RDP África que, enquanto estação de serviço público, vê os seus dividendos serem-lhe atribuídos através de outros canais. É este carácter inerente à estação que leva a que a grelha de informação/programação da RDP África mude anualmente, ainda que «muito pouco», pois importa fazer chegar ao ouvinte um serviço que «dê garantias de rigor informativo, de facilidade do ponto de vista da comunicação e expressão oral o mais correcta possível de modo a que possamos contribuir, do ponto de vista didáctico, para a uniformização do lado comunicacional em torno da língua portuguesa». (Guilherme Galiano *dixi*).

No que concerne à informação, que pode dizer-se sincroniza as actividades privadas, a TSF estrutura-a entre noticiários de hora a hora (dez minutos), sínteses de notícias aos trinta minutos (cinco minutos) pontuando a antena com os chamados «títulos»³⁸ que não são mais do que chamadas de atenção para o que irá ser desenvolvido no noticiário (dois minutos). A Rádio Renascença adopta o esquema apresentado pela TSF no que aos noticiários e às sínteses informativas diz respeito. Por seu turno a RDP África apresenta apenas noticiários de hora a hora (dez, quinze minutos) podendo ser sínteses (cinco minutos) quando não são blocos informativos em simultâneo com a Antena 1 como se pode ver na grelha de informação/programação da RDP África.³⁹ Para além dos blocos informativos acresce em antena, nas três estações em análise, as revistas de imprensa onde o destaque é dado à informação produzida pelos jornais ainda que no caso da RDP África mereça realce a revista de imprensa das 08.45 horas cujo suporte é a Internet um *medium* de acesso fácil e rápido à informação produzida a nível mundial sobre África. Quanto ao facto de sistematicamente se escutarem informações sobre meteorologia e trânsito, particularmente nas duas estações privadas, tal não é abusivo se considerarmos que «as pessoas estão ligadas no máximo vinte minutos» (Fleming 2002) à estação que escutam. O desporto não é omitido no alinhamento das três estações em apreciação. Ele é importante na relação que se estabelece entre a estação e a sua audiência pois os comentários desportivos mostram a rádio no seu melhor, isto é, ao vivo. Mostra o que se passa, as reacções da multidão e a atmosfera que envolve o acontecimento. Na cultura popular africana, por exemplo, o desporto tem um papel importante uma vez que os africanos obtiveram através dele um lugar no mundo. (Bourgault 1995). E tendo em conta que os indivíduos respondem bem a conteúdos que tenham em consideração as suas necessidades de desenvolvimento olhemos um pouco para a especificidade da Emissora Católica Portuguesa.

Tendo dado início às emissões regulares a 1 de Janeiro de 1937 a Rádio Renascença teve na sua génese o trabalho de Monsenhor Manuel Lopes da Cruz, seu primeiro director. Restituída à Igreja em Dezembro de 1975, após ocupação sofrida durante a revolução de 25 de Abril de 1974, a Emissora Católica é em 60% pertença do Patriarcado de Lisboa e em 40% da

³⁸ Estes são normalmente suportados, nas três estações, pelo registo sonoro denominado *sem fim*.

³⁹ Ver Ficheiro Excel no CD em Anexo.

Conferência Episcopal Portuguesa⁴⁰. Devido ao facto de a Rádio Renascença possuir outros canais no mesmo universo empresarial, devidamente segmentados⁴¹, não procura agradar a todos os públicos, nomeadamente no que há programação musical diz respeito. Enquadrando a estação num formato misto de palavra e música pode considerar-se que a Rádio Renascença segue o formato clássico pois alterna música e informação numa programação pensada para um público adulto que «é relativamente estável na sua composição, regular e previsível no seu comportamento agregado». (McQuail 1997:136). A estação segue um modelo de programação conservador, fruto da dependência religiosa, introduzindo apenas pequenas alterações. Exemplo disso a oração da manhã e os passatempos. Aliás, a Rádio Renascença é das três rádios em análise a única que usa a interactividade no alinhamento do espaço em referência. Um esquema de interacção entre emissor e receptor que provoca diversão, estimula a relação pessoal, revela identidades pessoais ao mesmo tempo que permite a procura de informação sendo, também, aqui que reside muito do poder da rádio.

Particularidade da RDP África o facto de ter sido criada espacialmente num continente transmitindo, numa primeira etapa apenas, para outro. É essa particularidade que leva a estação, na sua manhã informativa, a contactar com os correspondentes nas capitais africanas lusófonas para onde a estação emite. Temos assim que a meteorologia, o trânsito ou qualquer outro aspecto da vida quotidiana que interesse às populações no terreno é-lhes transmitido por quem, como eles, vive lá e sabe melhor o que lhes interessa ouvir. Neste contexto é importante salientar o facto de o locutor em questão, Guilherme Galiano, ser também ele africano o que facilita a comunicação gerando empatia com os ouvintes qualquer que seja o seu âmbito de actuação: um cunho mais sério no que concerne à informação e um carácter mais informal «para ter as pessoas vivas, alegres, bem dispostas e acima de tudo coladas a nós» sendo também com este intuito que a música escutada naquele período varia de país para país, africanos e não só, procurando fazer-se um enquadramento musical adequado em resultado da conversa estabelecida com o correspondente ou em função do que foi dito no noticiário.

⁴⁰ Cfr. <http://www.rr.pt> visionado a 27-08-08.

⁴¹ O Grupo Renascença é constituído pela Rádio Renascença, pela RFM e pela Mega FM.

CAPÍTULO II

«Há sons e sons.

Há os sons da Natureza.

Há os sons das palavras que o homem profere na sua conversação.

Há o som da enxada a cavar a terra. Há o som das máquinas fábricas.

Há o som do trânsito na cidade. Há o som para falar de amor, outro para

discursar num comício, um som para pedir, um som para perguntar,

outro para responder, um som de festa e um som de zaragata.

Sons de um estado de paz, sons de um estado de guerra.

Sons-gritos, sons-suspiros, sons-choro, sons-vida, sons-morte.

Que é pois, a sociedade, o quotidiano, senão um discurso sonoro?».

Mário Vieira de Carvalho

excerto de uma «Crítica de Música»

in Adriano Duarte Rodrigues, 1982

«A voz é difusão, insinuação, passa por toda a extensão do corpo, a pele; sendo
passagem, abolição dos limites, das classes, dos nomes (...), possui um particular poder
de alucinação.»

Roland Barthes

in *S/Z*, 1999

1. Som: o *corpus* da rádio

O som é natural, existe no mundo, manifestando a sua presença nunca como um fenómeno isolado mas sim agregado a qualquer outro elemento. Transmite-se de forma natural e artificial. E foi Heinrich Hertz, físico germânico, que pela primeira vez conseguiu transmitir um som (1887). As inúmeras edições e compêndios existentes sobre a história da rádio mostram que muitos outros o seguiram. Alexander Graham Bell, trabalhou na transmissão do discurso através da fotografia fónica. As vibrações vocais eram transmitidas através de um espelho, uma lâmpada e um receptor acoplado a uma placa de selénio que produzia o som. Em 1906, foi realizada a primeira experiência de difusão radiofónica. Na véspera de Natal, um operador de rádio a bordo de um barco nas Caraíbas ouviu uma voz que saía dos instrumentos – alguém falava! Depois uma voz de mulher que canta. A seguir alguém ouviu a leitura de um poema. O som dava corpo à rádio! A telegrafia sem fios ganhou estatuto enquanto «ferramenta» militar na comunicação entre navios, durante a Primeira Guerra Mundial, tendo sido, depois de Marconi, a sagacidade de Lee De Forest, académico norte-americano autor de uma tese sobre as ondas Hertzianas, que conduziu ao desenvolvimento da electrónica. De Forest descobriu que a transmissão de electricidade com três eléctrodos desempenha um papel fundamental no desenvolvimento da rádio e das telecomunicações. (Flichy 1999).⁴²

O som radiofónico transmite-se pelas ondas sonoras, ondas de pressão no ar, que ora é comprimido ora é expandido. As ondas sonoras são convertidas num sinal eléctrico cuja amplitude varia em função desse sinal transformando-se em ondas moduladas. Ora, as ondas de rádio moduladas são enviadas a partir de uma antena de emissão – viajando à velocidade da luz que se propaga a 300 000 quilómetros por segundo – e captadas por uma antena ligada ao aparelho receptor. A modulação é descodificada para reproduzir o sinal eléctrico e este, volta à sua forma inicial de ondas sonoras que podem finalmente ser escutadas pelo ouvido. O som tem um comportamento semelhante à luz: a reflexão. A onda sonora ao embater num qualquer obstáculo plano é reflectida possuindo a forma de uma onda com origem na imagem da fonte inicial. Em algumas situações, nomeadamente em estúdios de gravação de som, é desta reflexão que depende a reverberação, isto é, a distância que a onda percorre desde que sai de um altifalante até chegar a um receptor. (Jorge 2001). Esta é uma das razões porque um estúdio de rádio deve ser insonorizado naquilo que se convencionou chamar a acústica de um estúdio, ou seja, à prova de som. E porque destituída de imagem a rádio viu-se na contingência de reproduzir ambientes através de sons pelo que compreendê-los é direccionar pensamento e emoção inclusos na sucessão de sons escutados.

⁴² A história das invenções e inovações tecnológicas sobre as quais a descoberta da rádio, e conseqüente transmissão de som, se sustenta não cabe na teorização central deste trabalho. O panorama apresentado, bastante lato, pretende apenas contextualizar essas inovações de forma a mais facilmente se apreender a realidade técnica inicial de transmissão de um som.

1.1. A essência do som

Fenómeno de causa e efeito o som é provocado pelas vibrações das moléculas no ar, que se expandem a partir do local onde se produz o som, e que são captadas pelo mecanismo de audição através do ouvido. Este é um órgão complexo que participa na manutenção do equilíbrio ao mesmo tempo que se encarrega da audição, sentido através do qual percebemos sons exteriores fundamentais para comunicarmos e percebermos o que se passa à nossa volta. O som actua de acordo com princípios físicos mas tem também efeitos psicológicos nos seres humanos (anexo 8).

O ouvido pode apenas perceber ondas sonoras com determinadas características no que há frequência e intensidade diz respeito. Assim, no que se refere à frequência, o ser humano pode captar sons entre os 20 e 20 000 hertz (vibrações por segundo) com uma sensibilidade especial para os que são provocados pela voz humana, entre 1 000 e 4 000 hertz, sendo que tal acontece numa abrangência de dez oitavas sendo que cada oitava transmite um som único no espectro das frequências. Quanto à intensidade esta depende da amplitude sonora mas abaixo dos 10 decibéis (dB) os sons são inaudíveis podendo ser definida enquanto «quantidade de energia transportada por unidade de tempo e por unidade de superfície normalmente à direcção de propagação da onda sonora.». (Filipe s/d: 8). Um som de 400 hertz é inaudível a 0 decibéis, estará adequado para o ouvido humano a 80 decibéis e torna-se desagradável aos 130 decibéis. Infere-se então que se o ouvido estiver exposto a sons muito altos, por largos períodos de tempo, o nervo receptor no ouvido interno pode deteriorar-se.⁴³

Uma onda sonora tem uma velocidade de 340 metros por segundo ao nível do mar, a 70 graus Fahrenheit, aumentando ou diminuindo a velocidade do som cada vez que a temperatura muda 1 grau Fahrenheit. (Allen 1981). A distorção, mudança indesejada na qualidade do som, surge em diferentes formatos: na harmonia, na frequência e na inter modulação sendo medida através de sinais sinusoidais. Estes, segundo o *Teorema de Fourier*, sobrepõem-se pois: «uma onda periódica qualquer é a resultante de uma série de ondas sinusoidais cujas frequências são múltiplas inteiras da frequência da onda periódica.». (Filipe s/d: 4). Não obstante a semelhança não confundir distorção com ruído pois este é um distúrbio eléctrico ou electromagnético que é ouvido através do *output* de um sistema de rádio, ou seja, são todas as interferências que impedem um funcionamento correcto da comunicação estabelecida entre emissor e receptor.

A frequência fundamental de um som complexo é denominada altura do som sendo os restantes termos denominados de harmónicas correspondendo a frequências múltiplas. É a qualidade e intensidade das harmónicas que vai fazer com que a sensação sonora seja variável, isto é, ainda que dois sons tenham a mesma altura eles são perfeitamente distinguidos pelo ouvido quando tocados por instrumentos diferentes devido à percentagem de harmónicas e suas

⁴³ Ver anexo 9.

intensidades relativas. É a esta sensação que se dá o nome de timbre e que varia de indivíduo para indivíduo dependendo da sua acuidade auditiva. (Filipe s/d: 5).

1.2. A dimensão sensorial do som

O som é, talvez, o mais sensorial elemento multimédia. As sensações sonoras resultam não apenas da onda sonora produzida enquanto meio que excita centros nervosos, já referidos, mas pelos estímulos que outros órgãos também recebem. A linguagem da rádio pretende deliciar o ouvido com o som das palavras, com o virtuosismo do orador. O modelo sensorial de cada sociedade está condicionado pelas tecnologias de comunicação pelo que assistimos no século XX a uma reconfiguração das percepções sensoriais que anteriormente se encontravam compartimentadas. Marshall McLuhan na obra *Galáxia de Gutenberg* (1962) faz mesmo uma hierarquização das sociedades no que à percepção sensorial mais premente diz respeito, isto é, o sentido a que cada sociedade dá mais relevância pois cada cultura trabalha os sentidos de maneira diferente. A audição, sentido que implica um maior relacionamento com o Outro, porquanto interfere no nosso espaço privado ao colocar dentro, imergir, é um sentido altamente social sendo aquele que mais remete para situações de transição social. Simbolicamente sabemos todos que o toque dos sinos de uma igreja representa alegria ou tristeza. A apreensão dos sons, das mensagens radiofónicas, é então produto de um envolvimento, de uma agitação sensorial que advém da emoção apreendida a partir do momento em que a mensagem é assimilada. Este sentir releva da modulação e de um *ground*, contexto que representa o aspecto físico, corporal e sensível da mensagem, cuja importância é prioritária. (Babin 1993). Este complexo de vibrações ou mensagens, esta sincronia tecnovocal (César 2002), desperta nos ouvintes emoções, imagens e ideias sendo revelador do primado do ouvido. É por isso que, qualquer que seja a idade, são muitos os indivíduos fãs dos filmes animados da Walt Disney. Numa perspectiva antropológica podemos afirmar que foi o som que, a partir de 1927, deu brilho aos filmes animados já que a noção de vibração é usada no domínio auditivo mas também no visual e olfactivo. A excitação da audição, para além de outros sentidos, passa pela ondulação molecular não sendo mais do que a vibração do éter invisível, fluido, imponderável. (Dias 2004: 85,86).

Verdade, credibilidade e acção priorizam a problemática da emoção não obstante os conceitos alancados poderem, analiticamente, escapar à esfera pública emocional pois nem sempre as emoções expressas se mantêm inalteradas face à presença de factores externos que as podem modificar transcendendo-se assim o pessoal e subjectivo.

1.3. Os efeitos sonoros e seus manipuladores

O ouvinte não pode seleccionar os sons que ouve pelo que é o sonoplasta/ jornalista/ realizador (*gatekeeper*) que os prioriza, dando relevância a uns em detrimento de outros. A rádio não pretende reproduzir os contínuos, complexos e caóticos sons da vida quotidiana mas apenas dar relevo aos que são necessários para a mensagem que pretende fazer passar.

Na construção textual de um *spot*⁴⁴ a comunicação tem de ser directa logo corpórea de uma linguagem apelativa e informativa cujo objectivo é suscitar a curiosidade do ouvinte. Incisivo e obedecendo à regra jornalística da construção da notícia – o quê, quem, onde, quando e porquê – o *spot* deve ter o mínimo de palavras evitando-se as repetições, isto, para além de que devem ser curtos pois o tempo longo em rádio é também sinónimo de perda de interesse. Como já vimos existem diferentes tipos de *spots*. Os *teasers* e as *promos* são mais informativos e, sendo a RDP África uma estação de rádio de serviço público, um pouco mais longos ficando-se entre os vinte e trinta segundos. A música, neste âmbito, mostra a sua importância ao contextualizar o acontecimento pois «enquanto material simbólico resume em si a percepção de mundo não só do artista que a cria, mas de todo um povo, por utilizar-se de padrões de leitura dos mundos de vida destes indivíduos». (Yamamoto 2008: 258). A RDP África não possuiu um sonoplasta enquanto trabalhador agregado à estação recorrendo por isso aos sonoplastas que operam nas outras antenas da empresa. Tal facto não tem sido impeditivo da realização dos produtos sonoros em causa mas seria uma mais valia para a estação ter alguém «que faça os desenhos da rádio a cada hora, a cada momento». (Guilherme Galiano *dixi*). Excluindo os *spots* promocionais que vão sendo introduzidos na antena, pois os diferentes acontecimentos a isso obrigam, os *jingles* e indicativos de programas mantêm-se há um bom par de anos.

Item que ainda hoje marca presença num estúdio de sonorização, embora raramente seja usado para a produção de efeitos sonoros, uma caixa quadrada normalmente com uma porta em toda a sua altura. Nos finais dos anos 30, princípio dos anos 40, a criatividade era chamada a intervir na produção de sons quando se pretendia exemplificar o corte de uma couve (uma guilhotina a funcionar) ou fazer um pássaro bater as asas (abrir e fechar um guarda-chuva) pois «o objectivo dos efeitos sonoros não é, de forma geral, recrear a actualidade mas sugeri-la» (Nisbett 1993: 231). Actualmente para a produção de um desenho sonoro existem Enciclopédias de Sons e mesmo registos de sons no disco rígido do sistema informático denominado Pro Tools usado para recolha e mistura de sons⁴⁵. Um sistema mais rápido e fácil onde o sonoplasta vai visualizando o gráfico do som que produz, atento ao *timing* de uma sequência que confere uma qualidade vital para a emissão. Ao mesmo tempo que se pretende apelar à imaginação há que

⁴⁴ Na RDP África esta está a cabo do coordenador de programas da estação, Nuno Sardinha.

⁴⁵ Ver anexo 11. África está ainda longe deste aparato tecnológico no que concerne à produção sonora radiofónica. No continente africano, por exemplo, os operadores de áudio são treinados na gravação de som sem saberem a função e o propósito do voltímetro. Cfr. Louise Bourgault, *Mass Media in Sub-Saharan Africa*, 1995:59.

manter o nível de interesse alto para que este se perpetue e a comunicação não se perca. Estímulos à imaginação dependem, como vimos, da forma e das diferentes técnicas usadas.

Para um sonoplasta um bom ouvido para a música – usada também em determinadas circunstâncias para simular sons que ocorrem no mundo real – é muito útil pois esta enquanto elo de ligação pode assinalar pausas ou a entrada de rubricas dentro de um programa, denotando uma certa continuidade na programação, naquilo que se pode identificar como sendo uma escuta inteligente, ou seja, «a propriedade psíquica de selecção de sons para deles extrairmos os que nos interessam eliminando os restantes.» (Filipe s/d: 12). O som é assim percebido como um todo agindo de forma subliminar. Qualquer que seja a intenção com que um som é produzido importa, como já referimos, a sua qualidade. Incluso na classe de efeitos sonoros, o ruído.

O ruído não é particularmente útil mas, aplicado enquanto «filtro» versátil, pode ser empregue na produção de cores sonoras relacionadas, por exemplo, com determinada escala musical. O vento, por exemplo, pode ser artificialmente produzido desta forma. Estes ruídos ou distorções podem distinguir-se entre ruídos naturais, tais como o vento, a tempestade, animais e/ou água, e os denominados ruídos humanos onde podem diferenciar-se os ruídos mecânicos de, por exemplo, automóveis, aviões e comboios e as palavras ruído, um fundo sonoro humano e a música ruído tal como a dos filmes musicais ou a produzida pela rádio onde um simples fundo sonoro carrega consigo um valor simbólico. Os efeitos sonoros têm então como função embeber os ouvintes na acção e levá-los a acreditar que são parte integrante da mesma. Para isso simulam a realidade, criam ilusões e contextualizam o ambiente naquilo que se designa por *sound design* e que estipula nada mais que ouvir, ver um som provocando ao ouvinte uma excitação sensorial.

1.4. As vozes da rádio

É através da voz que entramos no Mundo. Ela é, portanto, um atributo pessoal que tem na sua génese, a um primeiro nível, as cordas vocais a partir das quais se transmitem emoções. Estruturada por diferentes variantes a voz vê-se «suportada» por causas físicas nomeadamente no que concerne à forma e tamanho da caixa torácica assim como à grossura, comprimento e densidade das cordas vocais. Produzida pela vibração do ar que é expulso dos pulmões pelo diafragma passando pelas cordas vocais e modificada pela boca, língua e lábios, a voz depende, portanto, da sinergia entre diferentes músculos reflectindo também o estado emocional e intelectual do indivíduo para além das normas culturais do grupo social a que este pertence. Quanto à sua qualidade, ou timbre, ela depende da estrutura física compósita do sistema vocal mas é do senso comum que vozes guturais, ásperas, suspirantes nasais, abafadas, roucas, agudas, etc., são qualidades desagradáveis da voz, são o *grão da noite*. (Barthes 1982:182). Em

rádio todos estes aspectos, estas limitações vocais (Ortoleva 2004:40), são relevantes pois tudo se sente, se transmite através do microfone. O auditório percebe a minha respiração, o meu dinamismo ou as minhas hesitações. Com microfone o que digo tem mais importância do que o que sou. O ouvinte está mais atento ao conteúdo intelectual (Babin 1993), ou nem por isso, importando apenas ouvir uma voz como adiante se retrata através da transcrição de um e-mail enviado por uma ouvinte ao jornalista da RDP África Rogério Gomes:

Caro Rogério Gomes

(...) Neste momento estás a fazer-me ouvir um podcast teu todo aos saltinhos para ver se oiço a tua voz...E nada! Já vou na Lena d'Água e disseste só umas palavrinhas (...) Achei que o programa teria mais intervenção tua...Ah, falas agora! E a seguir puseste uma linda, a dos Toranja! Estou a ouvir!

Querida com isto dizer que gosto da tua voz e que preferia ouvir-te mais vezes. Porque para ouvir música de seguida viria ouvir playlists na Internet ou punha cd's. Rádio para mim, à noite, é também ouvir vozes. Com contenção, não em demasia, mas gostava de te ouvir um bocadinho mais. (...)

Continua o bom trabalho com a música feita por portugueses mas com mais voz se possível. (...)

(Transcrição autorizada).

Em rádio as mensagens consistem num discurso formado, principalmente, por palavras expressas por vozes sendo estas que contextualizam sons, músicas e silêncios na rádio. O locutor de rádio é, pois, um elemento crucial na comunicação radiofónica. Uma preocupação expressa através de memorando, datado de 8 de Abril de 1935, assinado por Homem Cristo, comissário político: «(...) além dos predicados técnicos a exigir-lhes, quanto à voz, é [...] indispensável que o locutor seja capaz de dizer as coisas políticas naquele tom másculo, imperioso, incisivo e quase dogmático que esse género de afirmações exige.». (Santos 2005:149). O papel da rádio enquanto veículo de propaganda política estava, à data, bem expresso nas palavras do comissário político. (Ribeiro 2005: 19-60). Possuindo estranhos poderes de metamorfose e fascínio (Jean 2000) as vozes, nomeadamente as da rádio, são únicas com um timbre próprio, um *grão da voz* (Barthes 1982) que as potencia e lhes permite fazer magia com as palavras. O locutor domina pela produção verbal, pela produção sonora sendo, por isso, literalmente, a voz da estação.

CAPÍTULO III

«Pequena caixa que apertei, em minha fuga, junto ao peito,
Com receio de quebrar as tuas válvulas,
Que de casa para o barco transportei, e do barco para o comboio,
Para que os meus inimigos pudessem continuar a falar
Ao pé da minha cama, ao pé da minha dor,
As últimas vozes da noite, as primeiras da manhã,
Narrando-me as suas vitórias e as minhas penas,
Promete-me que não te vais calar de repente.»

Bertold Brecht

in Marshall McLuhan, 2008

1. O repositório sonoro radiofónico

A noção de arquivo vem do latim *archivum* que designa um «edifício público» ou um «documento» e do grego *arkheion*, literalmente «o lugar de arconte⁴⁶». Estes dois étimos derivam do polissémico grego *arche* que pode ser traduzido por «origem» ou «poder». Curiosamente, em chinês arquivo diz-se *zīliànguǎn* que traduzido à letra significa «sala para organização de bens». Perante este quadro etimológico resta definir um arquivo enquanto depósito, lugar ou edifício onde é guardado um conjunto documental de várias ordens, nomeadamente, manuscritos, livros, fotografias e sons.

O conceito de arquivo remonta à Antiguidade mas, de facto, os primeiros arquivos surgiram há dois séculos ainda que possamos situar o início da disciplina arquivista em 1930 acentuando-se o seu desenvolvimento na segunda metade do século XX. Recorde-se que é em finais do século XVIII que a museologia surge, enquanto ciência dos museus, associada à ideia de que a cultura é um bem público democratizando-se assim o saber e dando-se início a uma nova atitude face à conservação. No século XIX surgiram os arquivos de pesquisa que são os mais antigos e divulgados tipos de arquivo sonoro (AA.VV.2003; Edmondson 2004)⁴⁷ sendo, por isso, considerável o *stock* de sons de culturas de todo o mundo que fazem parte da herança cultural de todos nós. O arquivo é também, por isso, um local de recolha e de preservação da memória da humanidade⁴⁸. A geração de pioneiros deu origem a conceitos distintos como fonoteca e cinemateca – instituições distintas que reflectiam o carácter próprio de cada suporte e da indústria a que cada uma estava ligada – que se foram transformando e enriquecendo com o tempo e com a experiência, de tal forma, que hoje em dia o conceito de memória colectiva é também tecnológico.

A maioria dos arquivos de rádio reúne essencialmente uma selecção de emissões de rádio assim como gravações comerciais que representam aspectos da vida histórica, social, política e cultural de um país. Estes são repositórios de sons gravados que foram produzidos, recolhidos e preservados enquanto fontes acústicas por diversas disciplinas entre elas o jornalismo, a linguística, a etno musicologia entre outras. O património radiofónico pode e deve ser olhado enquanto fenómeno social.

⁴⁶ Antigo magistrado encarregado de funções de governação.

⁴⁷ Em 1899, em Viena (Áustria), a Österreichische Akademie der Wissenschaften criou a Phonogrammarchiv que fez a recolha de gravações sonoras etnográficas. Terá sido a primeira fonoteca no mundo ainda hoje em funcionamento.

⁴⁸ Como exemplo podemos referir que, desde 1993, a UNESCO, através do Programa para a Protecção das Línguas em Perigo, tenta alertar para o facto que em média um idioma desaparece a cada duas semanas e que 80% das línguas africanas não tem ortografia daí a necessidade da preservação sonora. Ver Anexo 14.

1.1. A importância do arquivo sonoro

Sustentada pela ideia de permanência a constituição de património de arquivo tem por base a noção de obra, conceito sobre o qual foi fundada a legislação sobre os direitos de autor. Um arquivo sonoro é definido como um arquivo nacional quando, por lei ou de facto, a instituição tem a responsabilidade de coleccionar e preservar a produção nacional. Este tem, normalmente responsabilidades legais de depósito e de agir de acordo com as necessidades do público sendo fundamentalmente esta a missão dos arquivos: trabalhar para uma audiência. Acessibilidade é, aliás, um conceito que designa uma forma de utilização do património dos arquivos, de serviços e saberes, nomeadamente a audição em tempo real de sons, a consulta de fontes de informação sobre património e colecções de sons. Porém, para as arquivos radiofónicos, sem fins lucrativos, internos a uma estrutura, o financiamento é condicionado e a margem de manobra limitada para o exercício da missão.

Complementar à denominada «produção nacional» o conceito de património audiovisual que o surgimento dos arquivos em múltiplo suporte⁴⁹, que substituem cada vez mais as fonotecas, sustentam. Numa abordagem mais lata podemos afirmar que actualmente nenhum país está isolado e o conjunto de sons gravados, distribuídos e difundidos num país têm uma origem cada vez mais internacional. A RDP África é disso exemplo. Em situações de conflito, ou crise acentuada, a RDP África é solicitada por estações de rádio e televisão portuguesas para a cedência de registos sonoros mas, e acima de tudo, é de assinalar o intercâmbio de sons produzidos entre a redacção da estação portuguesa e as redacções das rádios lusófonas, nacionais e/ou privadas, algo inerente ao «nascimento» da estação «(...)interessa-me é que a RDP África cumpre um papel essencial que nem sempre as pessoas valorizam (...) a troca e divulgação de conteúdos, de notícias, de factos, de iniciativas culturais, de realidades deste mundo da lusofonia. (...) A RDP África tem essa função de elo de ligação e de circulação de informação. Acho isso fundamental. Tão fundamental que hoje já há muita gente que começa agora a imaginar a ideia de criar a chamada rádio da CPLP. Porquê? Porque perceberam a função que hoje é desempenhada pela RDP África e só pela RDP África». (Jorge Gonçalves *dixi*). A existência de um arquivo sonoro é portanto fundamental para se conservar e relembrar a história e quando tal não acontece os constrangimentos surgem. Apesar da estação contar com doze anos de existência o seu arquivo, enquanto arquivo de preservação e conservação de sons, não tem essa duração. O arquivo histórico da empresa (RTP) preserva apenas, por razões que mais adiante serão explicadas, momentos-chave da estação como a sua inauguração oficial em 1996, uma ou outra entrevista, um ou outro programa mas nada mais. Momentos sonoros importantes acompanhados pela RDP África como sejam, por exemplo, o conflito na Guiné-

⁴⁹ A expressão múltiplo suporte é usada para não se confundir com a noção multimédia que designa um CD-ROM interactivo com som, imagem, texto e grafismo.

Bissau (1998) não se encontram registados em arquivo pelo que resta à estação em caso de necessidade recorrer «às rádios locais [africanas] que têm alguma informação e sons guardados» e aos jornalistas da estação que têm «o bom hábito de guardar sempre coisas» em arquivo particular numa partilha de recursos que, numa perspectiva etnocêntrica, nos levaria a pensar que o ponto de partida dessa partilha seriam os países em desenvolvimento [africanos lusófonos incluídos] e não um país do hemisfério Norte⁵⁰. Colocam-se portanto desafios aos jornalistas e/ou realizadores da estação que pretendam aceder a sons de arquivo. Recorrer a informação prestada por outros órgãos de informação (imprensa escrita) e a partir daí construir as chamadas «peças de voz» ou então reconstruir a história produzindo novos sons dos participantes que viveram *in loco* o acontecimento. Neste âmbito a Internet é também uma «ferramenta» importante para a recuperação sonora de um acontecimento. A RDP África enquanto *communitas*⁵¹ recupera a história através das histórias contadas pelos que viveram essa história.

Apesar de ainda ter funcionado com suportes de fita magnética a RDP África depressa seguiu a tendência de transferência de conteúdos do analógico para o digital numa tentativa de conservar, processo que engloba a preservação e restauração de um suporte, os sons produzidos. Inicialmente a produção sonora (programas e informação) era realizada em formato de ficheiro no sistema informático designado Numisys⁵² tendo esta sido transferida para o sistema AEQ, já referido neste trabalho. Acontece, porém, que esta *Pasta Arquivo África* não se apresenta de manipulação fácil. A procura de um som não é automática, demorando-se por isso, e consoante o número de sons em arquivo, alguns bons minutos para se alcançar a letra Z visto os sons estarem listados por ordem alfabética. E porque fazendo parte de uma rede de antenas radiofónicas o sistema informático da RDP África encontra-se ligado ao mesmo servidor que as outras antenas. Ocorre então que o *cluster* (área) da referida pasta tem um tamanho específico que quando é ultrapassado⁵³ afecta automaticamente as outras antenas⁵⁴. A regra é por isso não se gravarem e não se fazer a edição de sons directamente nesta pasta. Pela mesma razão as pastas pessoais de trabalho de sons, no mesmo sistema AEQ, não podem exceder um limite de capacidade o que muitas vezes inviabiliza a utilização futura de muito trabalho realizado e gera

⁵⁰ Falar de diálogo Norte/Sul é falar não apenas de economia mas acima de tudo de política, numa dicotomia simplista falar de ricos e pobres, de forte e fracos. A desigualdade, em diferentes contextos, entre o Norte desenvolvido e o Sul em vias de desenvolvimento, segundo classificação das Nações Unidas, não cabe porém no âmbito deste trabalho. Neste âmbito, e para um melhor enquadramento da questão, ainda que a título meramente indicativo, apontamos o trabalho de João Milando, *Cooperação sem Desenvolvimento*, 2005.

⁵¹ O conceito de *communitas* tem origem nos anos 60 tendo sido introduzido pelo antropólogo cultural Victor Turner (1920-1983) que analisou o drama social a partir da categorização efectuada por van Gennep no que aos ritos de passagem diz respeito. Para Victor Turner o agente social escapa às classificações sociológicas porque colocado numa situação dúbia (entre dois patamares) conduzindo assim a uma anti estrutura social a que chama *communitas* durante a qual existe a possibilidade de se estabelecerem relações fora das hierarquias e das relações sociais normalmente existentes no grupo social de pertença.

⁵² A transferência de um sistema informático, no caso o Numisys, para outro, o AEQ, significa dizer que também a obsolescência afecta os suportes digitais não existindo portanto um formato perfeito. A evolução neste sector, onde os interesses económicos são elevados, é constante.

⁵³ Ver ponto 1.2 do Capítulo I deste trabalho.

⁵⁴ Ainda que a capacidade da *Pasta Arquivo África* seja superior à das pastas pessoais de trabalho no mesmo sistema.

um sentimento de frustração nos profissionais da estação como deixa transparecer o realizador Guilherme Galiano: «(...) fiz com o Carlos Menezes e o Óscar Medeiros uma entrevista ao primeiro-ministro são-tomense. Quando cheguei no dia seguinte para fazer uma cópia para um CD ela tinha sido apagada (...). Fiz a reportagem em directo de Angola do raid todo-o-terreno quando cheguei tinham apagado. (...) Aqui a ordem não é arquivar, guardar, memorizar aqui a ordem é apagar e quando queremos guardar já foi apagado».

Quando necessário os profissionais da RDP África, tal como das outras antenas, podem recorrer ao chamada gravador contínuo que vinte e quatro sobre vinte e quatro horas grava as emissões de todas as antenas. Durante quinze dias! Depois apaga-se! Estes constrangimentos são, contudo, pontuais uma vez que, actualmente, a reutilização em emissão de material de arquivo «pode dizer-se que é reduzida» em rádio quando comparada com a televisão. Num noticiário de televisão não se faz uma peça sem que esta seja ilustrada com imagem, seja um «vivo» ou de arquivo, enquanto que em rádio não é necessário recorrer ao arquivo para fazer um som. Em rádio o arquivo é apenas necessário pontualmente quando se pretende ilustrar um trabalho de reportagem mais alargado e não numa base diária até porque «seria muito complicado estar sempre a consultar um arquivo para ilustrar fosse o que fosse» (António Simões *dixi*) isto não obstante os «serviços de arquivo de uma rede de rádio ter verdadeiramente por missão primeira servir as necessidades e estratégias de produção internas que serão, sem dúvida e em certa medida, integradas na produção quotidiana.» (Edmondson 2004:39).

1.2. A hierarquização do som: critérios e objectivos

É crucial estabelecer uma hierarquia dos sons a serem transferidos tendo em conta a natureza do documento⁵⁵ (original ou cópia), a ameaça de degradação e o prognóstico de obsolescência. Essa hierarquização segue critérios de carácter formal, estrutural e de conteúdo. Há que ter em conta os períodos de tempo, o programa em si e o género a que pertence (ficção, entretenimento, acesso público, etc.). (Harald v. Hielmcrone 2002 citado em AA.VV. 2003). A importância dos critérios de selecção para arquivos sonoros prende-se com a possibilidade de rentabilizar o material na produção de um programa e direccionam-se para o significado dos conteúdos e a raridade do som a arquivar. Um som pode pois ser arquivado tendo em conta o seu conteúdo, o tipo de suporte, as características técnicas, a origem, o período coberto e o género e estatuto jurídico tendo em conta os direitos de autor (Edmondson 2004:38). O conteúdo é modelado pelo suporte e pelo contexto.⁵⁶ No plano conceptual é, pois, impossível

⁵⁵ A noção de documento refere-se aqui a um componente físico e ao seu conteúdo intencionalmente criado. Os programas de rádio (informação incluída), documentos sonoros, são naturalmente incluídos na definição de documento audiovisual.

⁵⁶ As canções *pop* duram entre três a quatro minutos porque esse é o tempo de audição de um cilindro de Edison – as ondas sonoras eram captadas através de um grande funil e transmitidas depois ao cilindro recoberto de cera – ou de um disco de 78 rotações. Por outro lado, se deixamos num gira-discos a agulha atingir o seu buraco central (etiqueta)

separar a tecnologia do produto pois o conteúdo recolhido tem um suporte tecnológico qualquer que ele seja. Todavia estabelecer uma hierarquia padronizando todos os sons tendo um primeiro como normal e definindo todos os outros por referência a esse, não se justifica.

Na RTP (rádio) não existe propriamente uma hierarquização de sons mas sim um critério de selecção em consequência da limitação de recursos existente. A empresa está a dar início à elaboração de um instrumento básico teórico, num trabalho conjunto entre as direcções da área de programas e de informação, pois «nunca houve uma política de selecção e avaliação de documentos. Um documento que estabeleça os critérios para ingresso em arquivo da produção das várias antenas. O que tem havido até agora é um critério informal. Foi dada a prioridade a entrevistas a personalidades, em termos de informação guardamos um ou dois noticiários por dia da Antena 1 e depois vamos percorrendo as pastas do sistema de produção (AEQ)⁵⁷.» (Eduardo Leite *dixi*). Estamos perante uma situação em que é o olhar, a perspectiva específica de que o arquivista é portador, face à enorme quantidade de material, que lhe vai permitir seleccionar, descrever, organizar e disponibilizar para consulta os materiais estando, ao mesmo tempo, consciente da responsabilidade social e da ética de serviço público que o caracterizam.

Da produção diária dos cinco canais de rádio que integram a RTP apenas são guardadas duas mil e quinhentas horas por ano reportando-se as quinhentas horas a gravações para o arquivo musical (essencialmente concertos de música erudita produzidos pela Antena 2). É este o crescimento anual do arquivo histórico. A limitação de recursos mais uma vez justifica. Cada documento em arquivo tem de ser «adquirido», não financeiramente como é óbvio, mas ao sistema de produção digital em ficheiro como já vimos. O arquivo para fazer a aquisição do áudio que está nos ficheiros tem de passar esse áudio para um formato digital linear, em fita externa ao computador, o que tem de ser feito em tempo real e é aqui que, segundo o chefe do departamento de arquivo da rádio oficial portuguesa, a «capacidade de aquisição é condicionada. Só temos dois postos de acesso a esse sistema de produção digital e também isso impede que os critérios sejam mais vastos, mais abrangentes». A prática tem sido arquivar um exemplar de cada programa para exemplificar e nada mais. No que concerne à RDP África, a colocação de sons na *Pasta Arquivo* do sistema AEQ segue critérios editoriais pois, por norma, na informação, são as chefias de redacção que fazem a selecção dos sons a arquivar. A área da política é a privilegiada assim como discursos e/ou intervenções de altas individualidades em acontecimentos marcantes para o espectro lusófono. Porém, e devido ao facto da capacidade desta pasta ser superior à das outras que integram o sistema, podem encontrar-se ali vários tipos de sons tendo sido lá colocados pelos trabalhadores da estação sem que existam critérios que por todos sejam observados. É pois fácil de aferir da dificuldade de pesquisa de um som

será reproduzido um barulho sonoro (ruído) indefinidamente pelo que a característica física do disco influi directamente no conteúdo da gravação.

⁵⁷ Nos últimos anos armazenar áudio em formato de ficheiro converteu-se na prática dominante e o .wav tornou-se o *standard*.

pretendido, que esteja neste arquivo, pelas razões já apontadas anteriormente. Acresce que o mesmo arquivo recebe programas e/ou entrevistas realizadas pela área de programação da estação.

1.3. A «musealização» sonora: passado, presente e futuro

Associada à modernidade a noção de *património* surge no século XIX com a consequente necessidade de preservar e conservar aquilo que a sociedade ocidental considera ser «seu». E se no início a relação com o legado, a herança, a pertença em termos jurídicos era o significado central do conceito hoje *património*, enquanto herança cultural, está associado a todo o tipo de bens implicando o conceito de propriedade colectiva pelo que a responsabilização face ao que se quer preservar recai sobre todos. A UNESCO, organização das Nações Unidas para a Cultura, Ciência e Educação, criada em 1945, afirma que *património* «é o legado que recebemos do passado, vivemos no presente e transmitimos às gerações futuras» indo assim ao encontro do que desde sempre a ancestralidade africana pôs em prática: «la tradition orale est au coeur de l’histoire de l’Afrique, de l’héritage de connaissance de tous ordres patiemment transmis de bouche à oreille et de maître à disciple à travers les ages». (Amadou Hampâté Bâ 1901-1990) tornando desta forma o conceito de *património cultural* mais abrangente abarcando desta feita a cultura imaterial para além da material numa distinção que pretende chamar a atenção para um elemento essencial da diversidade cultural e da identidade dos povos: a oralidade.

A herança auditiva sempre dependeu, e dependerá, do conteúdo, do tipo de suporte e da necessidade do utilizador. Inaugurada oficialmente a 1 de Agosto de 1935 a Emissora Nacional assumiu desde cedo um papel importante na recolha de elementos para a fundação de um *património etnográfico nacional* pois António Lopes Ribeiro, director de música gravada da EN, considerava que a fonografia tinha um valor inestimável na radiodifusão⁵⁸. A RTP (rádio), tributária do esforço pioneiro de António Lopes Ribeiro, possui actualmente, a maior colecção fonográfica nacional. Contudo as gravações feitas nos primeiros anos de emissões da estação (1933-1945) foram irregulares devido aos custos avultados que tal implicava e às dificuldades financeiras com que a empresa vivia. (Ribeiro 2005: 17). Isso explica o baixo número de gravações reportando-se as existentes a reportagens e discursos sendo a primeira gravação existente de Abril de 1936, um discurso do Cardeal Cerejeira, à qual se seguiu outra a 28 de Maio de 1936. É um discurso de Salazar no 10º aniversário da Revolução Nacional e é com este registo que tem início o arquivo histórico pois a ideia era guardar para a posteridade. Com o 25 de Abril de 1974 a Radiodifusão Portuguesa incorpora o acervo do Rádio Clube Português e dos Emissores Associados de Lisboa embora estes sejam reduzidos.

⁵⁸ Esta actividade decorreu porém, até 1942, à margem das iniciativas do Secretariado da Propaganda Nacional. Cfr. Nelson Ribeiro, *A Emissora Nacional*, 2005: 84, 121.

Nos primeiros anos do século XX ainda não era evidente que as gravações sonoras não teriam um valor durável e que a ideia de posteridade não era assim tão linear já que o suporte de gravação à altura era bastante frágil. Eram discos de 78 rotações com uma camada de laca e um substrato de vidro que ao cair, partia! O substrato de vidro foi substituído por substrato de alumínio, e este por substrato de zinco até meados dos anos 40⁵⁹ altura em que surgem as bobinas de fita magnética. Contudo, o problema da reutilização deste suporte coloca-se quando a fonoteca, que não funcionava como um arquivo, ocupa o mesmo espaço físico de guarda de suportes de gravação. Os conteúdos das bobinas eram registados mas estas, devido ao valor comercial elevado, eram reutilizadas pelo que, mesmo inadvertidamente, o conteúdo era apagado para se proceder a nova gravação no mesmo suporte⁶⁰. Foi esta situação que originou a partir de 1971 a criação do arquivo histórico da RDP⁶¹.

Em meados dos anos 90 procedeu-se à digitalização das bobinas para DAT (Digital Audio Tape) também um suporte em fita magnética mas com a informação a ser guardada de forma digital. Um formato que suporta nesta altura cerca de trinta mil horas de arquivo rádio da RTP e que ainda hoje é usado embora esteja em rápida obsolescência pois é nesta altura um sistema descontinuado já que o fabricante deixou de produzir equipamentos e componentes. Para além disso é um trabalho moroso pois um operador necessita de, no mínimo, três horas para transferir uma hora de material original. (AA.VV. 2003). Em 1982 as cópias em suportes ópticos, vulgo CD (Compact Disc), foram introduzidas. A dimensão museológica do arquivo situa-se portanto no facto de serem eles os únicos locais onde podemos ouvir gravações sonoras sobre aparelhos originais. E porque a história dos arquivos é feita da permanência do que é registado e da atenção sistemática à mudança de suportes inerentes à evolução das técnicas de produção de rádio e do registo sonoro pensa-se já nesta altura na utilização de outro suporte para os registos sonoros existentes no arquivo da rádio nacional portuguesa pois o futuro é incerto mas o património é uma realidade. A sua denominação é *Arquivo Criativo* e define-se como um projecto experimental. A tónica é posta na dicotomia acesso e preservação não esquecendo que é o acesso que amiúde permite cativar investimento para a preservação pois «sem esse investimento não há permanência dos registos». Este arquivo criativo irá surgir futuramente no portal da RTP na Internet, uma plataforma de acesso por excelência, e através de uma pequena amostra de conteúdos experimentar que materiais se podem usar e saber se existem restrições de direitos. Os responsáveis pelo projecto recorrem a licenças *Creative Commons* que permitem a

⁵⁹ O Centro Regional do Porto usou gravação em disco até 1956/57.

⁶⁰ Por outro lado a degradação devido ao «síndrome do vinagre», provocada pela variação prolongada de temperatura e humidade, desencadeava reacções em cadeia e propagava-se aos suportes vizinhos pondo em perigo um património inteiro.

⁶¹ Em 1976, a Emissora Nacional em conjunto com as estações entretanto nacionalizadas, entre elas o Rádio Clube Português, adoptam a designação de RDP – Radiodifusão Portuguesa, E.P., cujos estatutos foram aprovados pelo Decreto-Lei nº 274/76 de 12 de Abril. Com o Decreto-Lei nº 2/94 de 10 de Janeiro a RDP transforma-se em sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos, com a designação de RDP – Radiodifusão Portuguesa, S.A.. Cfr. Instituto de Comunicação Social, *Rádio*, s/d.

utilização livre dos sons para fins não comerciais, ou seja, os utilizadores podem pesquisar e fazer o *download* dos sons pretendidos para o seu computador podendo «trabalhá-los» posteriormente sem que para tal tenham que pedir autorização à RTP. Este projecto suscitou o interesse por parte dos responsáveis do arquivo da televisão (oficial) pelo que ele irá ter uma componente de áudio, de vídeo e de fotografia uma vez que colocar um *output* noutro tipo de suporte pode agora ser tão, ou mais importante, que a convencional retransmissão pois irá permitir a troca de «documentos» entre arquivos e a disponibilização dos mesmos para pesquisa⁶².

Desde sempre a preservação da memória cultural sonora portuguesa parece ter estado aprisionada pela limitação de recursos, quer sejam humanos ou técnicos, pelo que não duvidamos de que a protecção conscienciosa da memória é um acto carregado de valores e de natureza política. O que deve ser guardado e o que deve ser esquecido? O poder político faz a gestão, ainda que indirecta, da memória.

⁶² No contexto da cooperação que «suporta» a criação da RDP África esta é por certo uma informação e uma «ferramenta» que irá consolidar a troca de documentos sonoros entre Portugal e os países africanos lusófonos. Não apenas entre estações de rádio mas também entre os próprios arquivos (disponibilizando assim os conteúdos a todos os interessados) através dos seus profissionais, quem sabe, no âmbito do Fórum dos Arquivistas Lusófonos, organismo criado em Montreal (Canadá) em Setembro de 1992. Cfr. Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, <http://www.apbad.pt> visionado a 20-08-08.

CONCLUSÃO

A preservação da memória cultural sonora está ampla e estreitamente relacionada com os *media*, centrais para entendermos as dimensões sociais, culturais, políticas e económicas da actualidade mundial importando estudá-los a partir de uma análise espacio-temporal por forma a analisarmos as suas inter-relações já que «os media, a rádio acima de tudo, podem ser descritos de forma correcta (ou má) como a história em marcha atrás. A memória une as duas». (Silverstone 1999: 132). É esta memória que nos transporta a 1912 ano em que Alberto Carlos de Oliveira, telegrafista a trabalhar em Cabo Verde, se tornou o primeiro português a operar em radiofonia e a 1914 quando a rádio começa a dar os primeiros passos em Portugal com a criação da primeira estação, a Rádio Hertz fundada por Fernando Medeiros. (Instituto Comunicação Social, s/d). Tinha-se repentinamente a oportunidade de dizer tudo a todos (Brecht 1932). Contudo a complexidade da organização social e o isolamento inerente a uma estação de rádio não permite a apreensão imediata do poder subjacente à estrutura erguida sob um conjunto de relações sociais que são, sabemos-lo agora, apropriadas pelos *media*. (Cardoso 2008). O nosso entendimento de rádio avançou quando o norte americano Edwin Howard Armstrong inventou, em 1933, importantes tecnologias permitindo a transição da rádio em AM para a rádio em FM sendo a partir daqui que a rádio, enquanto veículo difusor de mensagens, vai potenciar as suas mais valias que residem na rapidez, consubstanciada na capacidade de divulgar acontecimentos em primeiro lugar, e na flexibilidade uma vez que a transmissão em directo e a, sempre que necessária e justificada, interrupção da emissão são duas das prerrogativas radiofónicas mais prementes. O *online* subverteu esta realidade pois fornece informação através da palavra, som e imagem «em cima do acontecimento» (Correia 2006: 56) reconfigurando-se, desta forma, os sentidos. Face ao recrudescimento do «poder» da Internet enquanto serviço de interesse público (UNESCO 1995-2007; Cardoso 2002) importa olhar para a forma como a rádio se posicionou na *auto-estrada da informação* e como incorporou a Internet, com o intuito de captar mais audiência, já que uma das suas utilizações será como suporte de registos sonoros.

Tal como na rádio terrestre a rádio na Internet⁶³ tem como objectivo primeiro fornecer conteúdos de emissor para receptor ainda que eles «viajem» agora pela *Net* e não pelo éter radiofónico o que facilita a mobilidade do individuo pois estando em qualquer ponto do globo posso escutar, sempre, a emissão, por exemplo, da RDP África. Assim, não necessitando da atribuição pelo Estado, por um Estado, de uma frequência para emissão um número ilimitado de estações de rádio pode ser sintonizado pelo utilizador na Internet, *media alternativo* (Atton 2002), aumentando o leque de selecções possíveis promovendo, ao mesmo tempo, o aumento da competitividade da rádio uma vez que o mundo inteiro torna-se o potencial de audiência para a

⁶³ As nomenclaturas usadas pretendem apenas diferenciar os canais de difusão que estão em análise e não direccionar as diferentes leituras possíveis para os contextos estruturais de edificação e actuação dos mesmos. Sigo as designações usadas por Lawrence Lessig. Cfr. Lessig, *Free Culture*, 2004.

rádio. Pequenas estações podem desenvolver e vender os seus conteúdos a um grande número de utilizadores em todo o mundo. Em 2004 eram já oito milhões os utilizadores da Internet que mudaram para esta nova forma de rádio (Lessig 2004) o que não é surpresa se tivermos em conta, como reconhecemos já, que é o público que influencia o órgão de informação e que as suas audiências relevam da vontade e do gosto expresso pelos consumidores. As limitações técnicas ao número de estações de rádio na Internet não existem o que existe é um melhoramento da tecnologia e um aumento da competitividade pelo que a rádio na Internet se transforma numa nova indústria situando-se aqui a diferença básica entre a rádio na Internet e a rádio terrestre: esta nova economia tem de lidar com assuntos como a segurança, a protecção de dados e da propriedade intelectual⁶⁴ quando se assiste à troca de informações à escala global. No caso da rádio na Internet esta tem de pagar uma certa taxa de *copyright* o que não acontece com a rádio terrestre, isto é, à que pagar quer ao artista quer ao compositor e não apenas a este último como acontece na rádio terrestre. Esta valorização económica, via Internet, processo que através de formas simbólicas é inscrito de um valor económico – valor que pode ser objecto de troca no mercado (Thompson 1999) – tem também ao nível dos preços para anunciantes na rádio um papel importante pois se, dependendo dos contextos nacionais, as rádios cobram ou directamente ou através de uma taxa, com a Internet os anunciantes vêm aumentar a audiência ao mesmo tempo que os custos diminuem. Podemos então aferir que a Internet tem neste âmbito, como afirma José Rebelo (2003), uma dupla valência pois é um dispositivo necessário ao aprofundamento das estratégias de globalização hegemónica constituindo, ao mesmo tempo, o motor da globalização contra hegemónica importando, acima de tudo, olhar para os *media* enquanto totalidade e compreendê-los na sua articulação e alcance territorial. (Cardoso 2006). Concluimos assim que a Internet surge como um sustentáculo de excelência para a permanência do que é registado, para a manutenção da história dos arquivos cuja missão fundamental é trabalhar para uma audiência.

Os *media* não têm o mesmo potencial em todas as sociedades. Não são acessíveis a todos da mesma forma e devido à rotina e homogeneização de conteúdos, enquanto opção das culturas nacionais e industriais, são vítimas de uma hierarquia imposta. (Nyamnjoh 2005). Em África, nomeadamente na África lusófona, o rádio continua a ser o *medium* comunicacional mais acessível à maior parte da camada populacional. Sendo a sociedade africana assente na oralidade, fortemente enraizada nas práticas sociais, e na complexidade das estruturas sociais está encontrada uma das muitas explicações para o rápido sucesso da rádio – a língua é o «código primário» da rádio – e do telemóvel face à Internet. Tradicionalmente África consubstancia muita da informação que consome através da *rádio trottoir* ou, como se designa na África lusófona, a *rádio boca-a-boca* (rumor) pois para o público a linha que divide

⁶⁴ O valor dos conteúdos dos *media* radica não no seu suporte mas no significado, mensagem ou história que têm para oferecer. Cfr. Doyle, *Understanding media economics*, 2002.

informação e rumor é subjectiva – se for um conhecido a dizer algo é verdade mas se houver dúvidas é considerado rumor. Decorrente da oralidade, fundadora das sociedades africanas, esta *rádio boca-a-boca* torna-se uma fonte de informação alternativa durante uma crise sendo que o potencial da Internet a ela surge coligada ao tornar-se um dos seus veículos (Nyamnjoh 2005) e transformando-se potencialmente num arquivo que opera, como vimos, a abertura de uma nação ao mundo ao objectivar a memória através da sua materialidade. Os países em desenvolvimento podem aproveitar a inovação das tecnologias e o desenvolvimento das economias para melhorar as infra estruturas, sector onde o continente africano é bastante fraco, e «dar o salto» em direcção à *sociedade de informação* conceito que não é isento de problematização tendo esta sido alcançada por vários autores (Cardoso 2006; Castells 2005; Lessig 2004; Nyamnjoh 2005; Webster 2004, 1999). O problema reside no facto de mesmo quando as tecnologias são importadas, os governos africanos têm a tendência para esperar até que determinado equipamento e tecnologias se tornem obsoletos antes de os importarem mais barato. (Nyamnjoh 2005: 11). Neste contexto olhemos, por momentos breves, para o itinerário da globalização⁶⁵ que remonta ao século XV quando, na época das descobertas geográficas, o comércio mundial floresceu graças ao aparecimento de colónias sendo que a imigração para estas levou à construção dos impérios europeus pois «as migrações são consubstanciais dos processos de globalização» (Castles 2005:7). Este roteiro confunde-se com a progressão do capitalismo não havendo uma equivalência funcional ou estrutural com o sistema económico concorrente: o socialismo. A era dos descobrimentos e do capitalismo mercantil embarrilou-se, portanto, com o regime colonial que viria a dar sinais, visíveis no decurso do século XX, de disfunções face à organização social de produção, de genocídios étnicos, dos infortúnios políticos assim como dos atentados à liberdade. As diferentes *etnopaisagens*⁶⁶ que nos rodeiam obrigam-nos a olhar para as formas hegemónicas de organização política, económica e cultural. (Waters 2002). Há que ter em conta as ordens sociais para o exercício e concentração do poder, principalmente quando este envolve quer a troca organizada de coerção e vigilância, quer a institucionalização destas práticas como é o caso da autoridade e da disciplina no controlo de territórios e populações. Não esqueçamos que o Estado-Nação, estrutura chave emergente da modernidade, foi o veículo fundamental para o estabelecimento de metas sociais colectivas e para a sua concretização o que obrigou ao relacionamento entre Estados dando-se assim início ao sistema de relações internacionais. È certo que a globalização potencia os desafios que estão normalmente

⁶⁵ Conceito que se tornou corrente a partir de meados dos anos 80. Uma das definições possíveis é considerar-se a globalização como a crescente intensidade dos processos económicos, sociais e culturais de carácter mundial que incidem sobre os mesmos processos mas ao nível nacional e/ou regional. A. Giddens define globalização como «a intensificação das relações sociais de escala mundial, relações que ligam localidade distantes de tal maneira que as ocorrências locais são moldadas por acontecimentos que se dão a muitos quilómetros de distância e vice-versa». Cfr. A. Giddens, *As consequências da modernidade*, 2005,45.

⁶⁶ Conceito que remete para uma das cinco dimensões de fluxos culturais globais segundo Arjun Appadurai e que pretende designar «a paisagem de pessoas que constituem o mundo em deslocamento que habitamos (...) e parecem afectar a política das nações (e entre as nações) a um grau sem precedentes», A. Appadurai, *Dimensões culturais da globalização*, 2004:51.

associados a fenómenos como a competição e os desenvolvimentos tecnológicos, entre outros, mas há que ter em atenção que o local e o global se determinam reciprocamente umas vezes de forma ajustada outras de uma maneira anómala. Ora nesta incidência de desigualdades destaca-se a retórica por que se pautam muitos dos discursos ocidentais que numa abordagem global optam por referenciar, sempre numa perspectiva minimalista, várias nações do *terceiro mundo*, tais como as africanas, relegando-as desta forma para fora do espectro daquilo que poderia ser considerado um *fenómeno social total*⁶⁷.

Elemento relacional entre indivíduos, constituindo assim uma comunidade dotada de uma identidade comum, a comunicação é, ao nível conceptual, uma noção bastante abrangente sendo que no essencial pode ser considerada «uma espécie de serviço público da vida» (Wolton 2006:12) preenchendo o seu processo, na sociedade, três funções principais: 1) a vigilância do meio revelando o que pode ameaçar ou afectar o sistema de valores instituído; 2) o estabelecimento de relações entre as componentes da sociedade para produzir uma resposta ao meio; e por último, a transmissão da herança social. (Lasswell 1948 citado em Mattelart, 2002:34; Schiller, 1986). A interacção é a forma através da qual a comunicação se processa podendo esta ser face-a-face, mediada e a que remete para o tipo de relações estabelecidas pelos meios de comunicação de massas (Ferin 2002:24). Vimos que, no que concerne à RDP África, as «lealdades» face aos países de origem dos seus trabalhadores e a consequente relativização da prioridade a dar à notícia remetem para a lógica de funcionamento da estação designadamente para o papel e responsabilidade profissional que cabe aos diferentes profissionais, face à hierarquia existente, que nem sempre é respeitada. Produtora e produto de categorização, o que só por si evidencia já o poder detido pelos *media* (Silverstone 2005), a comunicação mediada permite à esfera pública uma compreensão reflexiva do que a rodeia ainda mais quando muitas vezes existem forças complexas imponderáveis a modelar os *media* nomeadamente os africanos (Bourgault 1995). Esta apropriação do social por parte dos *media* demonstra mais uma vez o duplo papel que desempenham enquanto veículos expansionistas quer da democracia quer de trivialidades ao mesmo tempo que permite uma maior interactividade contribuindo dessa forma para o derrubar de barreiras. (Cardoso 2008). Em sociedades onde a população não tem poder nem acesso às decisões que afectam a sua vivência diária, como é o caso da maioria da população africana lusófona, os *media* desempenham um papel de mediação crucial na formação de uma opinião pública que se quer informada já que são eles que possuem o conhecimento e ao mesmo tempo estabelecem a ponte entre os que «sabem» e os que vivem na «ignorância». Neste contexto, que associa globalização e comunicação, os países “formadores” do espaço lusófono apresentam especificidades características de um espaço geográfico disperso e alicerçado, como já vimos, em laços históricos e linguísticos que conduziram a um

⁶⁷ O conceito de facto social total é utilizado pelo sociólogo francês Marcel Mauss com a preocupação de definir a realidade social. Cfr. Marcel Mauss, *Ensaio sobre a dádiva*, 2001.

desenvolvimento tardio dos *media* pois é já no decurso do século XIX que se desenvolvem as primeiras experiências jornalísticas nos territórios de expressão portuguesa, nomeadamente os africanos. A implantação da República em 1910 é o culminar de tensões políticas ainda que a entrada na I Grande Guerra (1914-1918), o golpe militar de 1926 e o estabelecimento formal do Estado Novo em 1933 não tenham dado espaço ao livre desenvolvimento da imprensa quer em Portugal quer, por consequência, nos países africanos de expressão portuguesa (Rosas 1994; Pim e Kristensen 2008). Será apenas após a revolução dos cravos, de 25 de Abril de 1974, que assistimos a um desenvolvimento consistente de órgãos de comunicação social.

A História de Portugal diz-nos que há seis séculos os portugueses são vistos como descobridores e emigrantes ao mesmo tempo que o território português foi recebendo outros povos dando origem ao Portugal de hoje, um Portugal multicultural. A História ensina também que Portugal marcou presença na emergência do colonialismo europeu em África no último quartel do século XIX donde se pode aferir que cada Estado é possuidor de uma especificidade resultante da História colonial pelo que o processo da construção da nação é comum a toda a África ao sul do Sahara. (Graça 2005:145). Ignorada até 1992 nos discursos públicos, veiculados nos e pelos media, a questão do Outro entre Nós viria a ser inicialmente abordada no seio da comunicação social ainda numa perspectiva de continuidade da descolonização sendo que as relações com as ex-colónias africanas foram prejudicadas pela continuação do fenómeno de retorno após a independência (Ferreira: 1993). A partir de 1996 assiste-se a um discurso mais elaborado mas também mais pragmático pois o Outro não é apenas necessário no território português como assegura funções que os portugueses não exercem. Este novo discurso sobre as *minorias lusófonas* (Ferin: 2005) é então assumido institucionalmente e politicamente pelo Estado e pelo governo encontrando-se presente sob diversas formas na imprensa. (Ferin: 1997). A comunicação social é pois um sector estruturante das relações entre Portugal e os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) na consolidação de uma lusofonia que a classe política portuguesa pretende reforçada com o intuito de operar consequências a nível interno e externo⁶⁸. Neste contexto pretende-se operacionalizar a informação ainda que existam condicionalismos de vária ordem entre eles o facto de o próprio conceito de *lusofonia* representar um espaço geolinguístico disperso⁶⁹, uma memória de um passado comum e uma história partilhada repleta de tensões. Esta ligação linguística entre Portugal e África integra também instituições que, não obstante a vontade demonstrada publicamente de reforçar os laços existentes, são muitas vezes movidas por objectivos políticos prolixos, incoerentes e dados a

⁶⁸ Neste contexto J. Habermas defende que «se uma esfera pública que funciona bem abrir estruturas de comunicação que permitam e promovam discussões orientadas para o auto-entendimento que se possam desenvolver em semelhantes sociedades multiculturais contra o background da cultura liberal e à base de associações voluntárias, então o processo democrático da actualização dos direitos individuais iguais também se estenderá à garantia de direitos de coexistência iguais para os diferentes grupos étnicos e para as suas formas de vida culturais». Cfr. Charles Taylor et al, *Multiculturalismo*, 1998: 146.

⁶⁹ Ver anexo 15.

conflitos⁷⁰ mas, acima de tudo, como afirma Helena Sousa (2006), «os canais internacionais da RTP podem ser interpretados como ferramentas transnacionais portuguesas que reforçam e dão continuamente nova forma ao conceito de lusofonia tal como é entendido pelas elites políticas portuguesas.». É ainda essa ligação que Pedro Borges Graça considera «cimentar a construção nacional dos países africanos lusófonos; o principal elemento de ligação com a modernidade.». (Graça 1997 citado em Prim e Kristensen 2008:25).

Actualmente são oito os Estados que têm a língua portuguesa como oficial e/ou materna⁷¹ mas muitos são os territórios, lugares ou enclaves onde se fala, ou falou, o português. Considerada como suporte político dos oito Estados referenciados a Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP) que criada oficialmente a 17 de Junho de 1996 em Lisboa é olhada pelos Estados membros como interessante mas cuja agregação de esforços, a um nível macro, é relegada para segundo plano face a motivações e metas não coincidentes entre eles. (Pim e Kristensen 2008:20,27). Identidade, cultura e comunicação constituem pois um triângulo relacional que incorpora o conceito de coabitação cultural se para ele olharmos segundo a perspectiva de Dominique Wolton que o define como «a alternativa política ao projecto técnico da sociedade de informação» que em vez de «instaurar a troca, revela a imensa dificuldade de comunicação» (2004:184). Explica-se assim também que o valor-notícia, com origem nos países africanos lusófonos, seja conferido de forma mais célere e premente por países colonizadores e, dentro destes, por veículos de comunicação cuja especificidade atribui ao continente africano uma relevância particular dentro do espectro informativo. A proximidade histórica, cultural e social incorpora um valor-notícia que mantém a actualidade informativa centrada nos «povos lusófonos» fazendo com que as diferentes temáticas a eles associadas «transpirem» para o *espaço público*. Exemplo disso a RDP África – ainda que estruturalmente, como vimos, a estação esteja deficitária de um livro de estilo que padronize e uniformize a qualidade dos textos assim como de alguns elementos nomeadamente um sonoplasta – que embora seja uma rádio generalista é direccionada a públicos específicos ainda que se conclua que não existe um interesse real em conhecer, quantitativamente, esses públicos. A informação/programação produzida pela estação, ainda que tente responder às expectativas dos ouvintes, não é influenciada nem condicionada pelas audiências. O seu conhecimento é meramente indicativo ainda que se saiba que a única forma de «construir» uma audiência fiel e mantê-la seja investir

⁷⁰ A diplomata Maria Regina Marchueta (2003) atribui ao conceito de lusofonia um carácter operativo que pretende restabelecer a ordem na desordem, provocada pela descolonização e pela polarização de poderes, com base na memória histórica e na herança cultural e linguística do período colonial ao mesmo tempo que se defronta com agressões decorrentes das dinâmicas de poder e com os efeitos perversos do fenómeno da globalização. Cfr Marchueta, *A CPLP e seu enquadramento*, 2003: 118,120. Para uma definição mais abrangente do conceito de lusofonia Cfr. Pim e Kristensen, *Fundamentos para um sistema comunicacional lusófono*, 2008: 18;Cfr. Helena Sousa, *A mobilização do conceito de Lusofonia: o caso dos canais internacionais da RTP*, 2006:166. Refira-se que sobre políticas e linguagens da identidade lusófona foi lançado em 2004, na Universidade do Minho, o projecto de investigação colectiva intitulado: «Lusocom: estudo das políticas da comunicação e dos discursos sobre a identidade lusófona». O projecto tem a coordenação de Helena Sousa.

⁷¹ Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné Bissau, Moçambique, Portugal, São Tomé e Príncipe e Timor Lorosae.

na programação, ser-se inventivo e aberto a programas que sejam o espelho da diversidade cultural. O reconhecimento no espaço lusófono de realidades distintas umas das outras e de comunidades pouco coesas e desiguais afectadas por desequilíbrios económicos, demográficos e culturais convida a que a lusofonia – enquanto representação de um espaço supranacional de língua e cultura – incorra num equívoco lusocêntrico (Martins: 2006). A *sociedade em rede*⁷² – é dela que se fala (também) quando se usa o conceito de globalização, que tende a operar em torno de blocos linguísticos – ou a *rede das maravilhas*, como lhe chama Dan Schiller⁷³, alargou esse espectro.

A difusão de inovações está, socialmente, nas mãos da diáspora. As migrações internacionais, enquanto parte integrante da globalização, promovem o aprofundamento e a aceleração de inter conexões à escala mundial de todos os aspectos da vida social contemporânea. A principal estrutura organizativa de todos estes fluxos é a rede transnacional, as ferramentas-chave são as tecnologias de informação e comunicação, Internet incluída. (Castles 2005). Contudo, ainda que a conectividade em África seja das mais baixas do mundo⁷⁴ os valores locais de solidariedade, inter conectividade e interdependência tornam possível o acesso à Internet e às suas oportunidades sem que necessariamente se esteja directamente conectado. Ilusão de liberdade o computador, enquanto instrumento alfabético, conduziu-nos de volta à Galáxia Gutenberg (Eco 1996) onde a palavra inscrita volta a estar presente mas agora acompanhada pelo som e pela imagem numa abordagem multi-sectorial das tecnologias de informação e comunicação (TIC). Enquanto *tecnologia social* (Cardoso e Nascimento 2002) a Internet⁷⁵ constitui-se como elemento integrante do grupo das TIC, veículos de socialização e de construção de identidades, não obstante existirem, como sempre quando surge qualquer elemento «estranho» à actividade social, os adeptos incondicionais e os adversários irredutíveis. (Rebelo 2003; Soares 2006). A transposição de conteúdos tradicionais para formatos digitais promove a convergência entre vários serviços, nomeadamente, de comunicações electrónicas, da sociedade de informação e serviços de radiodifusão e a consequente emergência de novos serviços de conteúdos. Mas se o crescimento da produtividade, da economia e a melhoria da qualidade de vida são alguns dos benefícios proporcionados pelas TIC elas levantam também questões como a regulamentação – protecção de privacidade, assinaturas electrónicas e desincentivo aos conteúdos ilícitos e nocivos – fazendo surgir novos desafios políticos ao mesmo tempo que novos modelos empresariais como a reorientação do conteúdo em diferentes

⁷² Para o sociólogo espanhol Manuel Castells esta é caracterizada «pela primazia da morfologia social sobre a acção social» pois a «lógica de rede induz uma determinação social de cariz mais elevado que os interesses sociais expressos através da própria rede: o poder dos fluxos prevalece sobre os fluxos de poder». Cfr. M. Castells, *A sociedade em rede*, vol.I, 2005: 605.

⁷³ Cfr. Dan Schiller, *A globalização e as novas tecnologias*, 2002:15 e sgs.

⁷⁴ Ver anexo 16.

⁷⁵ Segundo a Organização para o Desenvolvimento e Cooperação Económica (OCDE) pode definir-se Internet como um sistema mundial disponível ao público através de redes de computadores interligados que transmitem dados através de conexões e desconexões usando vários protocolos e inter conexões estandardizadas.

meios de comunicação social e em novos canais de distribuição. (Comissão das Comunidades Europeias 2001,2005). Isto para não referir os problemas que ao nível individual a Internet pode suscitar como a solidão e o excesso de informação que pode promover a incapacidade de escolha e a discriminação (Eco 1996) ainda que a consequência mais óbvia do desenvolvimento tecnológico seja a internacionalização do público. De todo o modo os indivíduos agem de acordo com seus interesses e motivações quer estejam a «navegar» no ciberespaço ou nas «ondas» da rádio⁷⁶ pois estes são «espaços onde se movem as interacções, novas possibilidades para expressão de relações estruturadas pela rede e caracterizadas pelo anonimato, flexibilidade, simultaneidade e intermitência». (Cardoso e Nascimento 2002). É um facto que existe quem defenda o nascimento da rádio a partir da pirataria sendo esta motivada pela nova forma de espalhar conteúdos face às mudanças na tecnologia de distribuição (Lessig 2004) isto não obstante a tecnologia alargar o espectro de controlo efectivo uma vez que ela constrói uma cópia em cada transacção que se realiza, promove a chamada *retroacção positiva* (Rosa 2003), mecanismo responsável pelo crescimento e diversidade dos sistemas, isto é, a causa torna-se efeito através de uma amplificação não linear do sinal. Em África todos os países estão ligados à Internet⁷⁷ sendo, na maioria dos países, o acesso limitado à capital e obedecendo à divisão social o que significa dizer que apenas uma parte da população, as elites, a ela têm acesso. O elevado preço do equipamento que, dependendo do país, custa entre sete a quinze anos de salário médio, promove o surgimento de pontos de acesso público à Internet inaugurando assim um modelo de democratização da rede (Chéneau-Loquay s/d)⁷⁸ e ampliando, desta forma, a congregação de diferentes grupos sociais à volta, por exemplo, da rádio. O excluído é, portanto, aquele que é empurrado para a margem da rede perdendo os requisitos necessários à sua manutenção, à sua mobilidade no interior da rede resultando de uma decomposição social ao mesmo tempo que indica uma falha do tecido social (Rebelo 2003). Em matéria de utilizadores de Internet na África Lusófona o número tem vindo a aumentar exponencialmente atingindo em 2008 valores consideráveis⁷⁹. Ao analisarmos as diferentes *diets dos media* (Cardoso 2006:43) apresentadas na Internet por estações de rádio distintas – RDP África (www.rtp.pt), TSF- Rádio Notícias (www.tsf.pt) e Rádio Renascença (www.rr.pt) – importa não esquecer que os *media* configuram a estrutura social ao estabelecer um elo de ligação entre Nós e os Outros (Tacchi 2005), isto porque extensões dos sentidos (McLuhan 2005), sendo que no caso da Internet é o conteúdo da

⁷⁶ Ver Capítulo II, ponto 1 deste trabalho.

⁷⁷ Em Junho de 1999 a Alcatel, construtor francês bastante actuante em África, fechou com outros operadores associados um contrato para uma rede de cabos submarinos de fibra (SAT3/WASC/SAFE) que se estende desde Espanha e Portugal até à costa oeste de África dando a volta pelo Cabo seguindo até à costa oeste da Índia o que permite aos países africanos costeiros ligarem-se directamente ao cabo submarino enquanto os países do interior do continente se ligam a ele através das ligações já estabelecidas pelos países vizinhos costeiros. Cfr. OCDE, 2005; Chéneau-Loquay, s/d.

⁷⁸ O primeiro cyber-café do continente africano surgiu na capital senegalesa (Dacar): o Metissacana. Foi aliás em Dacar, em 1989, que teve início na África francófona a aventura da Internet com a instalação de um servidor no Centro de Pesquisa Oceanográfica. Cfr. Chéneau-Loquay, 2000:58,97.

⁷⁹ Ver anexo 17.

mensagem que organiza o processo de comunicação. O rápido desenvolvimento da *World Wide Web* reduziu as desculpas para as falhas e omissões do Primeiro Mundo – considerando que o conceito de público implica «um conjunto de indivíduos activos, críticos e autónomos, face aos media» (Cardoso 2006:267) – pois este é um *medium* que informa sobre tudo e todos, inclusive os outros *media*. Este processo no caso da RDP África, enquanto parte integrante da holding⁸⁰ que congrega diversos canais públicos de rádio (Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP Internacional), surge na Internet⁸¹ agregado ao *site* da RTP, como se pode constatar em anexo (20), ao invés das outras estações de rádio em análise cujo acesso é feito através de *site* próprio.

É através da RTP – enquanto portal, de cariz institucional, que privilegia a informação, com recurso fortuito à publicidade – que acedemos ao *site* da RDP África desde logo diferente pela cor.⁸² Tons fortes e quentes são apresentados ao público de forma a identificar a estação com o continente africano uma vez que – ainda que esta seja uma hierarquização com raízes etnocêntricas pois ela foi gerada no seio de um ocidente oitocentista – a percepção sensorial é atravessada pela cultura, são as cores que permitem estabelecer relações de causalidade entre os fenómenos e daí África estar ligada aos vermelhos, amarelos e laranjas. (Mauss 2000). Pelo contrário, os outros *sites* em análise privilegiam o azul.⁸³ Importa referir que os *sites* que incorporam o portal RTP funcionam como uma forma de mostrar tudo aquilo que a holding tem para exhibir. O utilizador pode escolher entre o que mais gosta e melhor lhe convém. As edições *on-line*, quer da TSF quer da Rádio Renascença, demonstram uma estrutura construída entre dois pilares: a informação e o entretenimento. Interessa acima de tudo a auto promoção da estação e a fidelização de ouvintes transversal a uma interactividade possível através de fóruns, chats, sondagens *on-line* e o envio de e-mails. Pelo contrário, o *site* da RDP África é um espaço meramente informativo onde o utilizador pode escutar a rádio, escolher o conteúdo que mais lhe interessa (*podcasting*) e ver a grelha de informação da estação sem que tenha qualquer espaço onde possa inscrever a sua opinião, interagir com outras pessoas ou simplesmente participar em qualquer actividade e/ou programa da estação. Esta interactividade é estabelecida através do envio de *e-mails* para os jornalistas e/ou realizadores da estação pois os contactos, para além das frequências e da rede de satélites, são outros dos acessos a que o utilizador da Internet pode aceder olhando-se assim para a especificidade da estação direccionada, em concreto, para os

⁸⁰ A RDP África é parte integrante da Rádio e Televisão de Portugal que por sua vez pertence ao grupo Portugal Global desde Fevereiro de 2000, uma holding que junta a RTP, a RDP e a Agência Lusa. O grupo foi extinto pela Lei nº 33/2003 de 22 de Agosto, entretanto revogada pela Lei nº8/2007 de 14 de Fevereiro. Se a primeira aprovou a reestruturação do sector do Estado na área do audiovisual da qual resultou a transformação da Radiotelevisão Portuguesa, S.A., numa sociedade gestora de participações sociais, denominada Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S.A. já a segunda procedeu à reestruturação da concessionária do serviço público de rádio e televisão que passou a designar-se Rádio e Televisão de Portugal, S.A..

⁸¹ A primeira rádio a registar o domínio foi a rdp.pt em 27-11-1995. A tsf.pt regista-se oficialmente como domínio a 11-03-1996 e a radiorenascença.pt fá-lo a 21-10-1997. Cfr. Cardoso, *Os media na sociedade em rede*, 2006:348; Cfr. Granado, *Os media portugueses na Internet*, 2002.

⁸² Ver anexo 18.

⁸³ Ver anexo 19.

países africanos lusófonos. A parte institucional, mais informativa e lúdica da estação fica a cargo do portal RTP já que o *site* está estruturado com base em temas como televisão, rádio, notícias, desporto, entretenimento, infantil, multimédia, mobile, grupo RTP e teletexto. Assim, e não apenas na RDP África como é também visível nos sites da Rádio Renascença e da TSF, não se produzem conteúdos para a Internet existindo isso sim um transpor do que é produzido, em formato condensado, para a Internet. A oferta passa pelo acesso a notícias actuais, curtas e de linguagem simples. Tanto a Rádio Renascença como a TSF permitem aceder a notícias, a programas em arquivo, participar em sondagens podendo-se desta forma inferir da opinião do utilizador/ouvinte, e à prestação do serviço SMS (pago) mas enquanto na TSF esse serviço significa a recepção de notícias por parte do utilizador na Rádio Renascença ele prende-se com o envio de mensagens, pelos utilizadores, sobre os programas *off-line*. Na competição pela audiência que procura informação (notícias) são os anunciantes que surgem também agregados a estes sites porque «a informação pode querer ser livre mas não cresce nas árvores. É criada por pessoas que precisam de ser compensadas pela sua criação». (Levinson 1998: 238). A publicidade com fins comerciais é visível quer no *site* da TSF quer no da Rádio Renascença ao passo que a RDP África não tem qualquer publicidade a si anexada pois é no portal da RTP que esta, obviamente, tem mais impacto. Quando se tentam encontrar valores para a audição destas estações na Internet, recorrendo a um estudo levado a cabo pelo CIES/ISCTE em 2004 (Cardoso et al 2005) já que a Marktest não fornece tais indicadores, encontramos a TSF em terceiro lugar com 12,1% de audiência sendo que a Rádio Renascença não apresenta valores quantificáveis na escala dos investigadores que apenas revela os cinco primeiros lugares da tabela. Na Internet, pelo que indica o mesmo estudo, as rádios mais ouvidas são as que indiciam um público mais jovem cujo objectivo principal é ouvir música ao mesmo tempo que, «navegando», se dedica a outra actividade provocando o surgimento daquilo a que Mark Poster chama de sujeitos múltiplos, descentrados e disseminados. (2000: 8). A RDP África não é referenciada neste estudo.

Neste interface entre rádio e Internet⁸⁴ está o ouvinte para quem uma página de um *site* de uma estação de rádio significa um vínculo, a obtenção fácil e rápida de informações sobre as práticas de programação e de entretenimento assim como de informações de carácter institucional e organizacional que o próprio utilizador pode usar consoante os seus interesses pessoais muitas vezes reformulando a informação adquirida. Estamos longe do valor atribuído ao conceito de arquivo na Antiguidade.

⁸⁴ É, para Mark Poster, uma espécie de membrana que ao mesmo tempo distingue e liga dois mundos que são simultaneamente estranhos e dependentes um do outro. Cfr. Poster, *A segunda era dos media*, 2000, 31.

GLOSSÁRIO

Acústica – parte física que estuda os fenómenos sonoros em geral e, em particular, a produção e propagação dos sons. É também a propriedade dos espaços fechados em relação à difusão e absorção do som.

Agenda-Setting – conceito introduzido pelos comunicólogos norte-americanos Maxwell McCombs e Donald Lewis Shaw (1972) avança a hipótese de que a influência que os *media* têm sobre a opinião pública consiste em impor assuntos de preocupação, temas de importância da actualidade, e não a maneira de como pensar esses assuntos.

Alinhamento – refere-se à paginação de diferentes conteúdos num noticiário e/ou espaço informativo. Ordem de aparecimento dos RM, ou notícias, nos noticiários.

AM (amplitude modelada) – sistema de emissão electromagnética das rádios ainda hoje usado na Europa e nos Estados Unidos mas cada vez mais em desuso. As ondas médias, longas e curtas são em amplitude modelada.

Amplitude sonora – é a magnitude de uma onda sonora ou de um sinal eléctrico.

Analógico – são todos os aparelhos que não convertem o som para digital. Cada vez que passa por um aparelho ou cabo o som analógico sofre alterações pelo que, desde a captação do som por um microfone até à sua audição num altifalante, ele sofrerá muitas alterações. Quanto melhor forem os aparelhos de captação, gravação e reprodução menor será a diferença entre o original e o reproduzido.

Animador – apresentador/locutor/realizador. Pessoa que fala ao microfone animando a emissão e fazendo a ligação entre músicas e/ou programas. Planeia programas e demais elementos da emissão radiofónica dando forma aos projectos dirigindo a sua execução segundo os dados conferidos pela sua sensibilidade, cultura geral e/ou cultura específica.

Ar – emissão/antena. As “ondas” da rádio propagam-se pelo éter, pelo ar. Porque as mensagens passam depressa a rádio é etérea. Sinónimo de emissão “no ar”. Em rádio diz-se também que um som acaba “no ar” quando se pretende dizer que ele não termina no final de uma ideia ou frase, foi cortado *à faca*.

Arquivista sonoro – sobre o arquivista sonoro não existe uma imagem precisa e característica na consciência colectiva. Na visão popular um arquivista é alguém que se ocupa de arquivos, que pesquisa, recolhendo para preservação documentos diversos.

Audiência – número ou percentagem de indivíduos que escutaram uma estação, no período de um dia, independentemente do tempo despendido. Este indicador é calculado sobre a véspera. Em Portugal mede-se pelo Bareme - Rádio, estudo de referência para a análise das audiências de rádio em Portugal Continental.

Audiência média – audiência provável, em cada unidade de tempo, de um determinado período horário, ou seja, audiência ponderada (pelo tempo de audição) do conjunto de indivíduos que escutaram uma estação, num determinado período horário.

Blogue – *weblog* ou *blog* é uma página da Web cuja estrutura permite a actualização rápida a partir de acréscimos de tamanho variável chamados artigos ou *posts*. Estes são organizados cronologicamente de forma inversa e habitualmente reportam-se à temática do blog podendo ser escritos por um número variável de pessoas.

Bobina – suporte de fita magnética para registo de sons. Deu origem à expressão “corta e cola”.

Branca – silêncio indesejado que sucede quando o registo magnético não entra no momento indicado, quando o microfone não liga ou quando o emissor se cala. Nesta circunstância o ouvinte, confuso, pode procurar outra estação.

Chefe de redacção – jornalista que dirige e coordena os serviços redactoriais do órgão de comunicação social e que substitui o director nas suas ausências nos órgãos de informação onde não existe director adjunto ou sub director.

Copyright – legislação que protege os trabalhos de autor conferindo ao proprietário o direito exclusivo de reproduzir, distribuir, executar, exhibir ou licenciar o seu trabalho.

Corta e Cola – expressão com raiz no tempo da bobina quando se cortava a fita magnética e se voltava a colar produzindo um som ou peça que não na sequência original. Esta operação era também usada para limpar o som de enganos e/ou ruídos indesejáveis. Actualmente com a informatização ainda se pode ter de cortar um som e colá-lo.

Correspondente – repórter com base fixa numa cidade estrangeira, normalmente a capital de um país, que faz a cobertura jornalística da região, do país e, por vezes, até do continente. O envio de trabalho para a redacção da sua sede deve ser regular. Na maior parte das vezes é ele que define os assuntos a dar destaque ainda que possa atender a pedidos de jornalistas na redacção. Deve ter um conhecimento profundo da realidade local e talento discricionário para identificar os factos relevantes para o país onde se encontra e que possam interessar à redacção.

Espacialmente esta definição inverte-se no caso da RDP África onde o correspondente é um jornalista que se encontra na capital do seu país de origem. No caso a *outsider* é a estação emissora.

Digital – todo o som que é gravado numericamente convertido em dígitos 0 e 1. Entre os conversores «analógico / digital e digital / analógico» não se trabalha com tensões e correntes eléctricas variáveis em frequência mas sim com dígitos associados a impulsos eléctricos pelo que este som sofre menos alterações que o som analógico.

Download – acto de copiar um arquivo de um servidor da Internet para o computador do usuário.

Editor – jornalista que na dependência do chefe de redacção, ou do director, define a orientação editorial de uma determinada secção da redacção e a quem cabe também, não existindo chefe de secção, a coordenação e marcação de serviços.

Efeitos Sonoros – sons, que não os do diálogo, produzidos por objectos ou pessoas em conjunto com aqueles que ocorrem naturalmente em fundo.

Emissão – tudo o que é difundido pela rádio através das ondas electromagnéticas.

Entropia – em teoria da informação mede a quantidade de informação emitida a partir de uma fonte.

Fita magnética – fita coberta de uma película magnética que serve de suporte à informação áudio. São usadas por uma grande variedade de suportes.

FM (frequência modelada) – sistema de emissão electromagnética utilizado pela maioria dos rádios em Portugal. A FM em Portugal trabalha em VHF (Very High Frequency) entre os 87.5 MHz e os 108.0 MHz.

Fonoteca – local onde se guardam (arquivo) colecções de discos fonográficos e fitas magnéticas, isto é, suportes de registos sonoros diversos.

Frequência – é o número de vibrações completas por segundo de qualquer fenómeno periódico.

Gatekeeper – processo através do qual as mensagens existentes passam por uma série de áreas de decisão (*gates*) até chegarem ao destinatário ou consumidor. O termo *gatekeeper* foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin tendo sido David Manning White o primeiro a aplicar o conceito ao jornalismo. Warren Breed viria a alargar a perspectiva do conceito a um

outro nível de análise inaugurando uma nova tradição de pesquisa que vê o produto jornalístico como um produto de uma organização e dos seus constrangimentos.

Grelha radiofónica – estrutura de uma programação de rádio ou televisão geralmente representada graficamente por um esquema a ser seguido pelos locutores/animadores/realizadores e jornalistas.

HTTP – Hyper Text Markup Language. Linguagem de formatação que está na base da web (rede) que descreve o conteúdo de qualquer página.

Indicativo – por norma, em rádio, remete para o conteúdo do programa.

Intensidade – da voz. É o volume, alto ou baixo, do som que produzimos.

Jingle – é uma mensagem musicada com melodia cativante feita com o objectivo de “ficar na memória” dos ouvintes identificando a estação através do nome e frequência ou um determinado programa ou espaço informativo indicando o seu início e fim.

Media – diferentes *mediums* porque asseguram de diferentes formas (através do som, texto e imagem) a transmissão codificada de símbolos, dentro de um quadro predefinido de estrutura de signos, entre emissor e receptor.

PALOP – países africanos de língua oficial portuguesa.

Peças de voz – chama-se peça a um trabalho jornalístico, normalmente gravado, que é inserido num noticiário. As peças podem ser só texto (de voz) ou texto e sons.

Playlist – lista de discos que têm obrigatoriamente de passar num determinado programa ou rádio.

Podcasting – forma de disponibilização de programas de áudio, vídeo e/ou fotografias através da Internet. Estes conteúdos podem ser ouvidos/visualizados directamente a partir de um site ou após a realização do respectivo *download*. O termo *podcasting* deriva da junção de *iPod*, aparelho que reproduz ficheiros digitais, e *broadcasting*, meio de transmissão de rádio ou televisão.

Portal – agregador de informação sobre a *world wide web* que oferece serviços de navegação ao utente facilitando a sua pesquisa na rede.

Promos – quando em causa está a promoção de uma iniciativa regular ou especial da emissão.

Publicidade – anúncio, normalmente pago, que promove bens e/ou serviços.

Registo magnético – ou RM. Gravações feitas durante o dia de trabalho na rádio (programação/informação). Um RM é um excerto de uma gravação mais ampla (bruto) editada. A noção tem origem no tempo da bobina mas mantêm-se hoje com a informática.

Registo sonoro – é a base do sistema de informação e entretenimento na rádio. Dele depende a credibilidade do facto noticiado e a captação de ouvintes para a programação ao longo de um dia de emissão.

Ruído – ou distorção. Mudanças indesejadas na qualidade sonora, som indesejado, que dificulta a compreensão da mensagem pelo receptor.

Sem fim – música que se repete sempre com a mesma variação e que suporta os títulos dos noticiários.

Share de audiência – percentagem de tempo despendido, por um conjunto de indivíduos, na escuta de uma estação, relativamente ao tempo total de audição de rádio, num dado período.

Site – sítio ou página na Internet.

Sociedade de Informação – conceito produto de formulação trabalhada num contexto institucional e político que procura mobilizar sociedades e cidadãos na valorização de uma dimensão comum a diferentes esferas da actividade social. A sua origem é japonesa (1969) ainda que tenha tido maior relevância social a partir do momento em que o vice-presidente norte-americano Al Gore criou a noção de auto-estrada da informação.

Som em bruto – total de tempo de uma gravação sem tratamento jornalístico (edição).

Sondagens de audiência – instrumento importante para o conhecimento dos públicos ouvintes e das estratégias a seguir quanto a uma política de programas.

Sonoplastia – reconstituição artificial de efeitos sonoros que acompanham a acção.

Sonoplasta – técnico de sonoplastia. Profissional que assegura os efeitos sonoros nos programas.

Spot – fonograma usado como peça publicitária em rádio. Feito com locução mista ou simples, com ou sem efeitos sonoros e música de fundo. É geralmente usado quando há muito a ser transmitido numa só mensagem.

Springle – surgido à relativamente pouco tempo no meio publicitário é a junção do *spot* com o *jingle*, isto é, tem partes cantadas e faladas.

Suporte – unidades físicas tais como discos, bobinas e cassetes. O tipo de suporte usado é o *medium*.

Teaser – tipo de *spot* que integra a estratégia de comunicação de uma estação e que pretende ser uma mera chamada de atenção não ultrapassando por isso os cinco segundos.

Tempo médio de audiência – média do tempo que os ouvintes dedicaram à audição de rádio num determinado período horário, ou no total do dia. Este indicador é expresso em horas e minutos.

Timbre – característica do som que permite identificar a diferença entre dois sons se estes tiverem a mesma frequência, intensidade e duração.

T.S.F. – em finais do século XIX significava Telegrafia Sem Fios mas quando a T.S.F. apareceu com voz e música, em 1910, adaptou-se a palavra «telephone» e mudou-se para Telefonía Sem Fios. Hoje é a designação de uma estação de rádio.

Valor-notícia – regras práticas que abrangem um *corpus* de conhecimentos profissionais que, implícita e explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais.

Voltímetro – instrumento que mede o volume do som indicando quando este está baixo ou elevado.

Watchdog – noção surgida pela mão de James Curran e que pretende pôr o enfoque no papel do jornalista enquanto vigilante face ao poder político ainda que esta seja uma vigilância condicionada por diferentes lógicas.

.wav – com a informatização e digitalização dos estúdios esta passou a ser uma palavra muito utilizada para definir o som digital, principalmente o enviado pela Internet.

World Wide Web – *www* ou *web*. É um sistema hipertexto que funciona sobre a Internet. A visualização da informação é feita usando uma aplicação específica, o navegador (*browser*).

BIBLIOGRAFIA

- AA.VV., 2008, *Os Media no Espaço Lusófono*, Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2007, Porto: Campo das Letras.
- AA.VV., 2006, *La Situation des Professionnels de la Création Artistique en Europe*, Département des politiques structurelles et de cohésion, disponível em <http://www.europarl.europa.eu/EST/download.do?file=13240> visionado a 29-05-08.
- AA.VV., 2005, *Standards, Recommended Practices and Strategies. The Safeguarding of the Audio Heritage. Ethics, Principles and Preservation Strategy*, IASA – International Association of Sound and Audiovisual Archives, disponível em <http://www.iasa-web.org> visionado a 07-07-08.
- AA.VV., 2003, *Task Force to Establish Selection Criteria of Analogue and Digital Audio Contents for Transfer to Data Formats for Preservation Purposes*, IASA – International Association of Sound and Audiovisual Archives, disponível em <http://www.iasa-web.org> visionado a 07-07-08.
- AA.VV., 2000, *Press and Politics in Africa*, Ritchard Tamba M'Bayo, Chuka Onwumechili and R. Nwafo Nwanko (eds.), African Studies, Vol. 53, USA, Canada and United Kingdom: The Edwin Mellen Press.
- Alves, José Augusto dos Santos, 2005, *O Poder da Comunicação. A História dos Media dos Primórdios da Imprensa aos Dias da Internet*, Cruz Quebrada: Casa das Letras.
- Allen, Stanley, R., 1981, *Audio in Media*, Califórnia: Wadsworth Publishing Company.
- Anuário Católico, s/d, «Rádio Renascença – Emissora Católica Portuguesa», in *Associações Movimentos e Obras*, disponível em <http://www.agencia.ecclesia.pt/anuario.asp?instituicaoid=53> visionado a 28-05-08.
- Appadurai, Arjun, 2004, *Dimensões Culturais da Globalização. A Modernidade Sem Peias*, Lisboa: Teorema.
- Atton, Chris, 2002, *Alternative Media*, London, Sage Publications.
- Atkinson, Dave, 1997, «Legitimacy of Public Television in the Era of the Market», in *Public Service Broadcasting: the Challenges of the Twenty-First Century*, 1997, Dave Atkinson e Marc Raboy (ed.) et al, Reports and papers on mass communication, N° III, Unesco Publishing, pp. 31-45.
- Bâ, Amadou Hampâté, disponível em <http://www.africa-orale.org> visionado em Abril de 2006.
- Babin, Pierre, 1993, *Linguagem e Cultura dos Media*, Venda Nova: Bertrand Editora.
- Barthes, Roland, 2001, *Elementos de Semiologia*, Lisboa: Edições 70.
- _____, Roland, 1999, *S/Z*, Lisboa: Edições 70.
- _____, Roland, 1982, *O Grão da Voz*, Lisboa: Edições 70.

- Bennett, W. Lance, 1998, *The Uncivic Culture: Communication, Identity and the Rise of Lifestyle Politics*, American Political Science Association, The Ithiel de Sola Pool Lecture, pp. 741-761, disponível em <http://www.apsanet.org/imgtest/PSDec98Bennett.pdf> visionado em Dezembro de 2007.
- Bourdieu, Pierre, 2005, *Esboço para Uma Auto-Análise*, Lisboa: Edições 70.
- _____, Pierre, 2001, *O Poder Simbólico*, Lisboa: Difel.
- _____, Pierre, 1979, *La Distinction. Critique Sociale du Jugement*, Paris: Éditions de Minuit.
- Bourgault, Louise M., 1995, *Mass Media in Sub-Saharan Africa*, Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.
- Brecht, Bertolt, s/d (1932), «The Radio as an Apparatus of Communication», in *Der Rundfunk Als Kommunik Ationsapparat*, Bjtter des Hessischen Landestheaters Darmstadt, 1932, nº16, July, disponível em http://telematic.walkerart.org/teereal/bit_brecht.html visionado a 07-08-08.
- Breton, Philippe, 1998, *A Argumentação na Comunicação*, Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Browne, Donald R., 1982, *International Radio Broadcasting. The Limits of the Limitless Medium*, New York, Connecticut and London: Praeger Publishers.
- Cardoso, Gustavo, 2008, «From Mass to Network Communication: Communicational Models and the Informational Society», *International Journal of Communication* [Online] 2:0, disponível em <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/19/178> visionado a 13-06-08.
- _____, Gustavo, 2006, *Os Media na Sociedade em Rede*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- _____, Gustavo, Sandra Amaral e Rita Espanha, 2006a, *As Rádios Portuguesas e o Desafio do (On) Line*, Setembro de 2006, Observatório da Comunicação, disponível em <http://www.obercom.pt> visionado a 25-03-08.
- _____, Gustavo, António Firmino da Costa, Cristina Palma Conceição e Maria do Carmo Gomes, 2005, *A Sociedade em Rede em Portugal*, Porto: Campo das Letras.
- _____, Gustavo e Susana Nascimento, 2002, *Online/Offline: Can You Tell the Difference? Portuguese Views on Internet Mediated Communication*, Milan, Catolic University of Milan, 2002, disponível em http://iscte.pt/~galc/Texto_2.pdf visionado a 26-05-08.
- Cassan, Adolfo, 2007, *O Grande Livro do Corpo Humano*, Lisboa: Círculo de Leitores.
- Castells, Manuel, 1999, «An Introduction to the Information Age», in *The Media Reader: Continuity and Transformation*, 1999, Hugh Mackay e Tim O'Sullivan (ed.), London: Sage, pp. 398-410.
- _____, Manuel, 2005, *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*, vol.I, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- _____, Manuel, 2007, *A Galáxia Internet. Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

- Castles, Stephen, 2005, *Globalização, Transnacionalismo e Novos Fluxos Migratórios. Dos Trabalhadores Convidados às Migrações Globais*, Lisboa: Fim de Século.
- César, Cyro, 2002, *Como Falar no Rádio. Prática de Locução AM e FM. Dicas e Toques*, São Paulo: IBRASA.
- Charaudeau, P. e R. Ghiglione, 1997, *La Parole Confisquée. Un Genre Télévisuel: Le Talk Show*, Paris: Dunod.
- Chéneau-Loquay, Annie, s/d, *Grandes Manobras das Teles*, disponível em <http://diplo.vol.com.br/> visionado a 14-04-08.
- _____, Annie (coord.), 2000, *Enjeux des Technologies de la Communication en Afrique. Du Téléphone à Internet*, Paris: Éditions Karthala.
- Comissão das Comunidades Europeias, 2001, *O Impacto da e-Economia nas Empresas Europeias: Análise Económica e Implicações Políticas*, COM(2001)711 Final, Bruxelas, Novembro 2001, disponível em <http://eur-lex.europa.eu/> visionado a 18-04-08.
- Comissão das Comunidades Europeias, 2005, *i2010-Uma Sociedade da Informação Europeia para o Crescimento e o Emprego*, COM(2005)229 Final, Bruxelas, Junho 2005, disponível em <http://eur-lex.europa.eu/> visionado a 18-04-08.
- Conde, Idalina, 2004, «Desentendimento Revisitado», in AA.VV., 2004, *Públicos da Cultura*, Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.
- _____, Idalina, 2003, «Desordem – e Arte Contra a Cultura», in *Novas Formas de Mobilização Popular*, 2003, José Rebelo (coord.), Porto: Campo das Letras.
- _____, Idalina, 1998, *Práticas Culturais: Digressão pelo Confronto Portugal – Europa*, OBS – Revista do Observatório das Actividades Culturais, nº4, Outubro 1998, disponível em <http://www.oac.pt> visionado a 20-06-08.
- *Contrato de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão Sonora*, Junho 1999, disponível em www.ics.pt visionado a 22-11-07.
- Correia, Fernando, 2006, *Jornalismo, Grupos Económicos e Democracia*, Lisboa: Caminho.
- Crato, Nuno, 1982, *A Imprensa*, Lisboa: Editorial Presença.
- Crisell, Andrew, 1986, *Understandig Radio*, London: Routledge.
- Cunha, Tito Cardoso e, s/d, *O Silêncio na Comunicação*, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt> visionado a 24-10-07.
- Dahlgren, Peter, 1998, «Critique: Elusive Audiences», in *Approaches to Audiences. A Reader*, 1998, Dickinson, Roger, Ramaswami Harindranath e Olga Linné, (ed.), London: Hodder Arnold Publication, pp. 298-310.
- Devlin, Keith, 2000, *Info-Senso. Como Transformar a Informação em Conhecimento*. Lisboa: Livros do Brasil.
- Dias, Nélia, 2004, *La Mesure des Sens. Les Anthropologues et le Corps Humain au XIXe siècle*, Paris: Aubier.

- *Diário da República*, Despacho nº 25 356/2006, 2ª Série, nº 238, 13 de Dezembro de 2006, p. 28 679.
- *Diário da República*, 1ª Série-B, nº 115/99, 18 de Maio de 1999, p. 2 639.
- Doyle, Gillian, 2002, *Understanding Media Economics*, London: Sage.
- Eco, Umberto, 2004, *O Signo*, Barcarena: Editorial Presença.
- _____, Umberto, 1996, *From Internet to Gutenberg*, lecture apresentada na Academia italiana de Estudos Avançados, EUA, Novembro de 1996, disponível em <http://www.hf.ntnu.no/anv/Finnbo/tekster/Eco/Internet.htm> visionado a 19-04-08.
- _____, Umberto, 1992, *Os Limites da Interpretação*, Lisboa: Difel.
- Edmondson, Ray, 2004, *Philosophie et Principes de l' Archivistique Audiovisuelle*, Paris: UNESCO, disponível em <http://www.unesdoc.unesco.org/images/0013/001364/136477e.pdf> visionado em Julho 2008.
- Entman, Robert M., Susan Herbst, 2001, «Reframing Public Opinion as We Have Known It», in *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*, 2001, W. Lance Bennett and Robert M. Entman (eds.), Cambridge: University Press, pp. 203-225.
- Espen, Ytreberg, 2004, «Formatting Participation Within Broadcast Media Production», in *Media, Culture and Society*, Vol.26 (5), London: Sage Publications, pp. 677-692, disponível em <http://mcs.sagepub.com> visionado a 09-05-08.
- Ferin, Isabel, 2002, *Comunicação e Culturas do Quotidiano*, Quimera Editores.
- _____ Cunha, Isabel, 1997, «Nós e os Outros nos Artigos de Opinião da Imprensa Portuguesa», *Revue Lusotopie*, Paris: Karthala, pp. 435-467, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt> visionado a 17-12-07.
- _____ Cunha, Isabel, 2005, «Das Imagens dos Media aos Media: Fragmentos do Espaço Lusófono», *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*
- _____ Cunha, Isabel, s/d, *A Imigração e as Minorias na Imprensa e na Televisão*, disponível em <http://www.bocc.ubi.pt> visionado a 17-12-07.
- Ferreira, José Medeiros, 1993, «A Descolonização: Seu Processo e Consequências», in *História de Portugal – Portugal 20 Anos de Democracia*, 1993, José Mattoso (dir.), Lisboa: Círculo de Leitores, pp. 53-101.
- Filipe, Jaime Magalhães, s/d, *Técnica de Captação de Som*, Lisboa: Edição Casa do Pessoal da Rádio e Televisão de Portugal.
- Finnegan, Ruth, 2002, *Communicating: The Multiple Modes of Human Interconnection*, London: Routledge.
- Fleming, Carole, 2002, *The Radio Handbook*, New York: Routledge.
- Flichy, Patrice, 1999, «The Wireless Age: Radio Broadcasting», in Mackay, Hugh e Tim O'Sullivan, 1999, *The Media Reader: Continuity and Transformation*, London: Sage Publications, pp. 73-90.

- Florida, Richard, 2005, *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*, New York: Harper Collins.
- Genep, Arnold van, 1978, *Os Ritos de Passagem*, Rio de Janeiro: Editora Vozes.
- Giddens, Anthony, 2005, *As Consequências da Modernidade*, Oeiras: Celta.
- _____, Anthony, 2004, *Sociologia*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Gomes da Silva, José Carlos, 2003, *O Discurso Contra Si Próprio*, Lisboa: Assírio & Alvim.
- Goody, Jack, 1988, *Domesticação do Pensamento Selvagem*, Lisboa: Presença.
- _____, Jack, 1987, *The Interface Between the Written and the Oral*, Cambridge: University Press.
- Graça, Pedro Borges, 2005, *A Construção da Nação em África*, Coimbra: Almedina.
- Granado, António, 2002, *Os Media Portugueses na Internet*, disponível em <http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm> visionado a 29-03-08.
- Habermas, Jürgen, 1978, *L'Espace Publique*, Paris: Payot.
- Hatzfeld, Jean, 2004, *Tempo de Catanas*, Lisboa: Gótica.
- *Indicadores de Desenvolvimento Mundial*, Abril 2006, Banco Mundial, disponível em <http://ddp-ext.worldbank.org> visionado a 15-04-08.
- Instituto de Comunicação Social, s/d, *Rádio: breve retrospectiva histórica*, disponível em <http://www.ics.pt> visionado a 20-04-07.
- Isar, Y.R. (ed.), 2003, *The International Creative Sector: Its Dimensions, Dynamics and Audience Development*, Conferência organizada pela UNESCO, Universidade do Texas, Junho 2003, disponível em <http://www.culturalpolicy.org/pdf/UNESCO2003.pdf> visionado a 29-05-08.
- Jean, Georges, 2000, *A Leitura em Voz Alta*, Lisboa: Instituto Piaget.
- Jorge, Eduardo, 2001, *Som ao Vivo. Noções Elementares*, Lisboa: Plátano Edições.
- Keane, John, 1991, *The Media and Democracy*, Cambridge: Polity Press.
- Kroeber, A. L., 1993, *A Natureza da Cultura*, Lisboa: Edições 70.
- Lessig, Lawrence, 2004, *Free Culture. How Media Uses Technology and The Law to Lock Down and Control Creativity*, New York: Penguin Press.
- Lévi-Strauss, Claude, 2003, *As Estruturas Elementares do Parentesco*, Petrópolis: Editora Vozes.
- Levinson, Paul, 1998, *A Arma Suave. História Natural e Futuro da Revolução da Informação*, Lisboa: Editorial Bizâncio.
- *Listening Conditions for the Assessment of Sound Programme Material*, European Broadcasting Union, September 1994, Geneva.
- Lopes, Victor Silva, 1985, *Iniciação ao Jornalismo Audiovisual. Imagem Impressa, Rádio Televisão, Cinema*, Lisboa: Centro do Livro Brasileiro.
- Maia, Matos, 1995, *Telefonia*, Lisboa: Círculo de Leitores.

- Marchueta, Maria Regina, 2003, *A CPLP e Seu Enquadramento*, Lisboa: Instituto Diplomático, Ministério dos Negócios Estrangeiros.
- Martin, Marcel, 2005, *A Linguagem Cinematográfica*, Lisboa: Dinalivro.
- Martins, Moisés de Lemos, 2006, «A Lusofonia Como Promessa e o Seu Equívoco Lusocêntrico», in *Comunicação e Lusofonia. Para Uma Abordagem Crítica da Cultura e dos Media*, 2006, Moisés de Lemos Martins, Helena Sousa, Rosa Cabecinhas (eds.), Porto: Campo das Letras, pp. 79-87.
- Mattelart, Armand e Michèle, 2002, *História das Teorias da Comunicação*, Porto: Campo das Letras.
- Mauss, Marcel, 2001, *Ensaio Sobre a Dádiva*, Lisboa: Edições 70.
- _____, Marcel, 2000, *Esboço de Uma Teoria Geral da Magia*, Lisboa: Edições 70.
- McLuhan, Marshall, 2008, «A Rádio – Tambor da Tribo» in *Compreender os Meios de Comunicação. Extensões do Homem*, 2008, Marshall McLuhan, Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- _____, Marshall, 2005, «The Medium is the Message», in *The Anthropology of Media. A Reader*, 2005, Kelly Askew e Richard R. Wilk (ed.), Oxford: Blackwell Publishing, pp. 18- 26.
- _____, Marshall, 1962, *The Gutenberg Galaxy*, Toronto: Toronto University Press.
- McQuail, Denis, 2003, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- _____, Denis, 1997, *Audience Analysis*, London: Sage Publications.
- Mesquita, Mário, António Reis e José Manuel Nunes, 1994, «Os Meios de Comunicação Social», in *Portugal 20 Anos de Democracia*, 1994, António Reis (coord.), Lisboa: Círculo de Leitores, pp. 360-405.
- MetrisGfK, 2005, *Conhecimento o factor essencial para o crescimento. Antenas Internacionais RTP – Imigrantes em Portugal*, Rádio e Televisão de Portugal.
- _____, 2005, *Conhecimento o factor essencial para o crescimento. Antenas Internacionais RTP – Palop's*, Rádio e Televisão de Portugal.
- Milando, João, 2005, *Cooperação sem Desenvolvimento*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Myers, Aaron, 2003, *O Valor da Diversidade Racial nas Empresas*, Estudos Afro-Asiáticos, Ano 25, nº3, 2003, pp. 483-515, disponível em <http://www.scielo.br> visionado a 15-05-08.
- Morley, David, 1992, *Television, audiences & cultural studies*, London and New York: Routledge.
- Nisbett, Alec, 1993, *The Sound Studio*, Oxford: Focal Press.
- Nora, Pierre (dir.), 1984, «La République», *Les Lieux de Mémoire*, Vol.I, Paris: Éditions Gallimard.

- _____, Pierre (dir.), 1986, «La Nation», *Les Lieux de Mémoire*, Vol.II - I,II e III, Paris: Éditions Gallimard.
- _____, Pierre (dir.), 1992, «Les France», *Les Lieux de Mémoire*, Vol.III – I,II e III, Paris: Éditions Gallimard.
- Nyamnjoh, Francis B., 2005, *Africa's Media Democracy and the Politics of Belonging*, London: Zed Books.
- Ortiz, Miguel Ángel e Jesús Marchamalo, 2005, *Técnicas de Comunicação Pelo Rádio. A Prática Radiofónica*, São Paulo: Edições Loyola.
- Ortoleva, Peppino, 2004, «O Século dos Media: A Evolução da Comunicação de Massa no Século XX», in *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, 2004, José Manuel Paquete de Oliveira, Gustavo Leitão Cardoso e José Jorge Barreiros (orgs.), Quimera, pp. 29-51.
- Organisation for Economic Cooperation and Development, 2005, *OECD Input to the United Nations Working Group on Internet Governance*, DSTI/ICCP (2005) 4 Final, disponível em <http://www.oecd.org/dataoecd/34/9/34727842.pdf> visionado a 15-04-08.
- Pim, Joám Evans e Bárbara Kristensen, 2008, «Fundamentos Para um Sistema Comunicacional Lusófono», in *Os Media no Espaço Lusófono*, Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2007, Porto: Campo das Letras, pp. 17-42.
- Ponte, Cristina, 2004, *Leituras das Notícias. Contributos Para Uma Análise do Discurso Jornalístico*, Lisboa: Livros Horizonte.
- *Portugueses Ouvem Mais de 3 Horas de Rádio Por Dia*, Bareme Rádio, Marktest, disponível em <http://www.marktest.pt> visionado a 12-07-08.
- Poster, Mark, 2000, *A Segunda Era dos Media*, Oeiras: Celta.
- Proença, Luís, 2006, «A Rádio Porta-Estandarte: A TSF e o Pós-Referendo em Timor-Leste», in *Comunicação e Jornalismo na Era da Informação*, 2006, Gustavo Cardoso e Rita Espanha (org.), Porto: Campo das Letras, pp. 237-271.
- Raleiras, Carlos, 2008, «Guerra e Sequestro», in *Tão Perto do Mundo. 20 Acontecimentos em 20 Anos da Rádio que Mudou a Rádio*, Prime Books.
- Rebelo, José, 2003, *A Comunicação*, Coimbra: Minerva.
- _____, José, 2002, *O Discurso do Jornal*, Lisboa: Editorial Notícias.
- *Relatório de Desenvolvimento Humano 2007/2008*, Banco Mundial, Indicadores 2007, disponível em <http://hdrstats.undp.org/indicators/125.html> visionado a 19-04-08.
- Relatório final da 1ª reunião do conselho de ministros da Comunidade de Países de Língua Portuguesa, 1996, disponível em <http://www.cplp.org/docs/estrutura/CMNERE/I%20Reuni%C3%A3o%20do%20Conselho.pdf> visionado a 02-11-07.
- *Resultados de Audiência 1º Trimestre de 2008*, Bareme Rádio, Marktest, disponível em <http://www.marktest.pt> visionado a 12-07-08.

- Ribeiro, Nelson, 2005, *A Emissora Nacional nos Primeiros Anos do Estado Novo 1933-1945*, Quimera Editores.
- Roby, Nuno, 2008, «A Room with a View», in *Tão Perto do Mundo. 20 Acontecimentos em 20 Anos da Rádio que Mudou a Rádio*, Prime Books.
- Rodrigues, Adriano Duarte, Eduarda Dionísio e Helena G. Neves, 1982, *Comunicação Social e Jornalismo. Os Media Audiovisuais*, Lisboa: A Regra do Jogo.
- _____, Adriano Duarte, 2001, *Estratégias da Comunicação. Questão Comunicacional e Formas de Sociabilidade*, Lisboa: Presença.
- Ronsini, Veneza Mayora, s/d, *Identidades Culturais: Do Global Ao Local*, Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM e II IBÈRICO, disponível em www.bocc.ubi.pt visionado a 20-06-08.
- Rosa, António Machuco, 2003, *Internet Uma História*, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Rosas, Fernando, 1994, «O Estado Novo (1926-1974)», in *História de Portugal*, 1994, José Mattoso (dir.), Lisboa: Círculo de Leitores.
- Rosen, Jay, 1999, *What Are Journalists For?*, New Haven & London: Yale University Press.
- Rostan, Blaise, 1982, *Le Service Public de Radio et de Television*, Lausanne: Editions René Thonney Dupraz.
- Santos, Rogério, 2005, *As Vozes da Rádio 1924-1939*, Lisboa: Editorial Caminho.
- Santos Silva, Augusto, 2007, «O Desenvolvimento dos Canais Internacionais do Serviço Público Português de Rádio e Televisão», intervenção realizada no encerramento da Conferência Internacional *O Serviço Público de Rádio e Televisão no Contexto Internacional: A Experiência Portuguesa*, RTP (org.), Junho 2007, disponível em http://www.governo.gov.pt/NR/rdonlyres/A6E8F785-EC24-4780-9AAA-81E60BBE3062/0/Canais_Internacionais_RTP.pdf
- Santiago, Daniela, 2006, «A Tragédia», in *Comunicação e Jornalismo na Era da Informação*, 2006, Gustavo Cardoso e Rita Espanha (org.), Porto: Campo das Letras, pp. 69-95.
- Schiller, Dan, 2002, *A Globalização e as Novas Tecnologias*, Queluz: Editorial Presença.
- Schiller, Herbert, I., 1986, *Información y Economía en Tiempo de Crisis*, Madrid: Editorial Tecnos.
- Segalen, Martine, 2000, *Ritos e Rituais*, Mem Martins: Publicações Europa-América.
- Shannon, C. E., 1948, «A Mathematical Theory of Communication», *The Bell System Technical Journal*, vol.27, pp. 379-423, 623-656, July, October, 1948, disponível em <http://plan9.bell-labs.com/cm/ms/what/shannonday/shannon1948.pdf> visionado a 22-11-05.
- Siapera, Eugenia, 2007, *Mediatized Emotion*, Revista Estudos em Comunicação, nº1, Abril 2007, pp. 43-68, disponível em <http://www.labcom.ubi.pt> visionado a 24-10-07.

- Silva, Virgílio Luís Garrancho da, 1993, *Rádio: Linguagem e Audiência*, Dissertação final apresentada à Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa no Curso de Ciências da Informação, 1993, Lisboa.
- Silverstone, Roger, 2005, «Mediation and Communication», in *The Sage Handbook of Sociology*, Cathou, Craig, Chris Rojek, Bryan Turner (eds.), London: Sage, disponível em <http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/mediation.pdf> visionado a 14-04-08.
- _____, Roger, 1999, *Why Study The Media?*, London: Sage.
- Soares, Tânia de Moraes, 2006, «Ciberdebate: Um Diálogo Sobre Televisão e Internet», in *Comunicação e Jornalismo na Era da Informação*, 2006, Gustavo Cardoso e Rita Espanha (org.), Porto: Campo das Letras, pp. 115-137.
- Sousa, Helena, 2006, «A Mobilização do Conceito de Lusofonia: O Caso dos Canais Internacionais da RTP», in *Comunicação e Lusofonia. Para Uma Abordagem Crítica da Cultura e dos Media*, 2006, Moisés de Lemos Martins, Helena Sousa, Rosa Cabecinhas (eds.), Porto: Campo das Letras, pp. 165-182.
- Sorlin, Pierre, 1994, *Mass Media*, London e New York: Routledge.
- Splichal, Slavko, 1999, *Public Opinion Developments and Controversies in the Twentieth Century*, New York & Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Tacchi, Jo, 2005, «Radio Texture: Between Self and Others», in *The Anthropology of Media. A Reader*, 2005, Kelly Askew e Richard R. Wilk (ed.), Oxford: Blackwell Publishing, pp. 241-257.
- Taylor, Charles et al, 1998, *Multiculturalismo*, Lisboa: Instituto Piaget.
- The Project for Excellence in Journalism. *The State of News Media 2007: An Annual Report On American Journalism*, disponível em <http://www.stateofthenewsmedia.org/2007> visionado a 12-07-08.
- Thompson, John, 1999, «The Media and Modernity», in *The Media Reader: Continuity and Transformation*, 1999, Mackay, Hugh, e Tim O'Sullivan (ed.), London: Sage, pp. 13-27.
- Traquina, Nelson, 2002, *Jornalismo*, Quimera Editores.
- _____, Nelson, 1999, *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, Lisboa: Veja Editora.
- Turner, Victor, 1974, *O Processo Ritual*, Petrópolis: Editora Vozes.
- UNESCO, *Recomendação Para a Promoção e Uso de Um Acesso Multilinguístico e Universal ao Ciberespaço*, 1995-2007, ID: 177717, disponível em <http://portal.unesco.org> visionado a 29-05-08.
- _____, *Safeguarding Endangered Languages*, disponível em <http://www.unesco.org> visionado a 20-08-08.
- _____, *Oral Traditions and Expressions Including Language as a Vehicle of the Intangible Cultural Heritage*, disponível em <http://www.unesco.org> visionado a 20-08-08.
- Waters, Malcolm, 2002, *Globalização*, Oeiras: Celta.

- Waters, Darren, 2007, *África à Espera da Revolução da Internet-2012*, Novembro 2007, disponível em <http://continente-africa.blogspot.com/> visionado a 14-04-08.
- Webster, Frank, 2004, «Desafios Globais e Respostas Nacionais na Era da Informação», in *Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação*, 2004, Pacote de Oliveira, Gustavo Cardoso e José Jorge Barreiros (org.), Quimera Editores, pp. 53-74.
- _____, Frank, 1999, «What Information Society?», in *The Media Reader: Continuity and Transformation*, 1999, Mackay, Hugh, e Tim O'Sullivan (ed.), London: Sage, pp. 138-164.
- Williams, Raymond, 2005, *Television. Technology and Cultural Form*, London & New York: Routledge.
- Wolf, Mauro, 2006, *Teorias da Comunicação*, Barcarena: Editorial Presença.
- Wolton, Dominique, 2006, *É Preciso Salvar a Comunicação*, Casal de Cambra: Caleidoscópio.
- _____, Dominique, 2004, *A Outra Globalização*, Algés: Difel.
- _____, Dominique, 2000, *E Depois da Internet?*, Algés: Difel.
- _____, Dominique, 1997, *Penser La Communication*, Paris: Flammarion.
- Yamamoto, Eduardo Y., 2008, «Rumo à Comunicação Popular: Um Estudo de Caso da Rádio Comunitária Nova Geração de Jataizinho (PR)», in *Os Media no Espaço Lusófono*, 2008, AA.VV., Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2007, Porto: Campo das Letras, pp. 249-261.

Periódicos

Rádio Semanal – “Suplemento d’O Jornal do Comércio e das Colónias”, Semana de 9 a 15 de Agosto de 1936, «Os Serviços Técnicos da Emissora Nacional: como se “arquiva” qualquer emissão que se torna susceptível de ser reproduzida daqui a muitos, muitos anos...», Tomo 96 a 135, RTP.

Arquivos

Arquivo Histórico da RTP

Centro de Documentação da RTP

Testemunhos

António Simões, Chefe de Redacção RDP África, testemunho recolhido a 31 de Julho de 2008.
(gravação áudio na posse da autora).

Carlos Menezes, Chefe de Redacção RDP África, testemunho recolhido a 25 de Julho de 2008.
(gravação áudio na posse da autora).

César Mendes, Técnico de Sistemas de Informação RTP, testemunho recolhido a 28 de Julho de 2008.

Eduardo Leite, Chefe de Departamento de Arquivo da Rádio (RTP), testemunho recolhido a 01 de Agosto de 2008.
(gravação áudio na posse da autora).

Guilherme Galiano, Realizador RDP África, testemunho recolhido a 23 de Julho de 2008.
(gravação áudio na posse da autora).

Graça Severino, TSF- Rádio Notícias, testemunho recolhido a 27 de Agosto de 2008.

Dr. Jorge Gonçalves, Director RDP África, testemunho recolhido a 31 de Julho de 2008.
(gravação áudio na posse da autora).

Nuno Sardinha, Coordenador de Programas da RDP África, testemunho recolhido a 11 de Julho de 2008.

Pedro Veiga, Sonoplasta Antena 1, testemunho recolhido a 10 de Julho de 2008.

Sónia Santos, realizadora Rádio Renascença, testemunho recolhido a 27 de Agosto de 2008.

Curriculum Vitae

Informação Pessoal

Nome	Ana Cristina Rosário Jordão
Morada	Quinta das Levadas Malhapão 2670-483 Loures
Telemóvel	963 062 494
Correio (s) electrónico (s)	ana_a_jordao@yahoo.com.br; ana.jordao@rtp.pt
Nacionalidade	Portuguesa
Naturalidade	S. Sebastião da Pedreira - Lisboa
Data de nascimento	25.12.1967

Experiência profissional

Data	Desde Maio de 2009
Função	Co-realizadora do programa Grandes Manhãs da Rádio na RDP África
Data	De Outubro de 2008 a Maio de 2009
Função	Co-autora do programa semanal «Retratos» na RDP África
Data	De Outubro de 2007 a Abril de 2009
Função	Moderadora do debate africano «Ao Calor de África», debate semanal sobre a actualidade africana emitido aos domingos na RDP África
Data	Setembro 2007
Função	Cobertura do I Congresso Internacional de Educação Ambiental dos Países Lusófonos e Galiza (Santiago de Compostela)
Data	2007
Função	Colaboração no programa de turismo «Rotas de África» na RDP África

Data	De Abril de 2006 a Abril de 2009
Função	Produção, realização e apresentação da rubrica «África Positiva» na RDP África
Data	Agosto 2005
Função	Entrevista, em Nova Iorque, a Ibrahim Gambari, secretário-geral adjunto das Nações Unidas
Data	Novembro/Dezembro 2004
Função	Cobertura das eleições gerais em Moçambique
Data	Fevereiro/Março 2002
Função	Cobertura das eleições legislativas em São Tomé e Príncipe
Data	Dezembro 1997
Função	Cobertura da campanha de distribuição de ajuda humanitária na Guiné-Bissau
Data	Setembro de 1995
Função	Início da actividade laboral na Radiodifusão Portuguesa: RDP África
Data	1992
Função	Colaboração com o jornal «O Templário» de Tomar
Data	Abril/Dezembro de 1992
Função	Colaboração no programa «Libertação», uma iniciativa da Associação Companheiro na Rádio Renascença
Data	Entre 1989 e 1990
Função	Colaboração nos programas «Artes e Letras» e «Roteiro» na Rádio Renascença

Data	Maio 1989 a Junho de 1995
Função	Actividade laboral na Rádio Renascença, Direcção de Informação, serviço de agenda
Habilitação Profissional	Carteira Profissional de Jornalista nº 2570
Formação Académica e Profissional	
2008	Pós-graduação em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e Empresa, 16 valores
2007	Licenciatura em Antropologia, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e Empresa, 15 valores
2004	Curso de Linguagem e Escrita Radiofónica, Centro de Formação RTP
1988	Curso de Jornalismo Audiovisual, Rádio Renascença/ Fundo Social Europeu
	Frequência de várias acções de formação promovidas pelo Centro de Formação da RTP
Outras Actividades	
1999	Membro fundador da Fundação Portugal Solidário
Dezembro 1999 a Setembro 2001	Vogal do Conselho de Administração da Fundação Portugal Solidário
2000	Deslocação a Cabo Verde, integrada numa missão da Fundação Portugal Solidário, para instalação de uma biblioteca infantil na Ilha de Santiago

Aptidões e competências

Outra (s) Língua (s)

Auto avaliação

Inglês

Compreensão Oral – Bom

Leitura – Bom

Interacção Oral – Bom

Produção Oral – Bom

Escrita – Bom

Francês

Compreensão Oral – Bom

Leitura – Bom

Interacção Oral – Regular

Produção Oral – Elementar

Escrita – Regular

Aptidões e competências
sociais

Boa capacidade de comunicação com os outros, bom
relacionamento interpessoal

Aptidões e competências
de organização

Dinâmica, organizada, facilidade na resolução de problemas

Aptidões e competências
informáticas

Office – Word, Internet Explorer, Windows XP, MS DOS,
Numisys, AEQ, Dalet

Carta de Condução

Ligeiro de Passageiros – Categoria B 18-10-1990